



ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2023

PRODUCCIÓN · INDUSTRIA · DISTRIBUCIÓN · CONSUMO

mercasa



WORLD FRUIT MANAGEMENT



Un grupo internacional de
gestión hortofrutícola
le está esperando



Para sumar esfuerzos...



**...y así alcanzar
objetivos comunes.**

CMR GROUP ofrece la plataforma idónea para **situar marca y productos en el mercado de:**

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

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

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

CONFIANZA, SEGURIDAD, PROYECCIÓN INTERNACIONAL, RENTABILIDAD.



FRUITS CMR

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

Mercabarna

08040 BARCELONA
Pabellón A: 1025-1028
Pabellón D: 4001/7 y 4032/7

Mercamadrid

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

CMR HOLLAND

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

CMR FRANCE

Marché international de Rungis
PARÍS - FRANCE
Marché international Saint Charles
PERPIGNAN - FRANCE
E-mail: cmr@cmrfrance.com

CMR MAROC

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

CMR BRASIL

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

CMR PORTUGAL

CARREGADO - PORTUGAL
E-mail: carlos.serodio@cmrportugal.com



WORLD FRUIT MANAGEMENT

GESTIÓN MUNDIAL HORTOFRUTÍCOLA

Marcas propias comercializadas:



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

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

**La unión
hace la fuerza**

www.cmrgroup.es

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



ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2023

PRODUCCIÓN · INDUSTRIA · DISTRIBUCIÓN · CONSUMO

mercasa



ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA

PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

26ª EDICIÓN 2023/2024

EDITA: MERCASA – DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

MERCASA

PRESIDENTE: JOSÉ RAMÓN SEMPERE VERA

DIRECTORA DE DESARROLLO CORPORATIVO Y RR II: MAYTE CASTILLO PASALODOS

DIRECTOR DE LA PUBLICACIÓN: ÁNGEL JUSTE MATA

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

EDICIÓN, DISEÑO, MAQUETACIÓN E IMPRESIÓN: EDITORIAL MIC

SECRETARÍA DE REDACCIÓN: LAURA ONCINA VÁZQUEZ

GESTIÓN DE PUBLICIDAD: SILVIA DE SANTOS ARRANZ

REDES SOCIALES: FELIPE GUIJARRO ALONSO

mercasa



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 mercados municipales, tiendas de alimentación especializadas, hipermercados, supermercados, bares y restaurantes de toda España.

En esta edición, Mercasa agradece especialmente las facilidades para la realización de fotografías en el Mercado Municipal La Paz y el Mercado de Chamartín, ambos en Madrid, así como el hipermercado Alcampo en el Centro Comercial Getafe 3.

ÍNDICE DE LA INFORMACIÓN POR SECTORES.....	4	INFORMACIÓN POR SECTORES	89
ÍNDICE DE LA INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS	5	CEREALES	90
INFORME MERCASA: UN REFLEJO DE UNA CADENA ALIMENTARIA EN CONSTANTE EVOLUCIÓN		CEBADA	93
LUIS PLANAS PUCHADES.....	8	TRIGO	94
SERVICIO PÚBLICO Y EFICIENCIA DE LA CADENA ALIMENTARIA		MAÍZ.....	95
BELÉN GUALDA GONZÁLEZ.....	10	ARROZ	96
LA RESPUESTA DE LA CADENA ALIMENTARIA A LOS RETOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR		SORGO	98
JOSÉ RAMÓN SEMPERE VERA	12	HARINAS	99
		PAN.....	100
DATOS BÁSICOS	15	GALLETAS	107
PRINCIPALES RESULTADOS MACROECONÓMICOS DE LA AGRICULTURA Y LA GANADERÍA	16	PASTELERÍA INDUSTRIAL	109
COMERCIO EXTERIOR AGROALIMENTARIO	23	CEREALES PARA EL DESAYUNO	115
INDUSTRIA ALIMENTARIA	27	PASTAS ALIMENTICIAS	117
ESTRUCTURA DEL COMERCIO MINORISTA	30	CUSCUS	118
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS MINORISTAS	31	ARROZ	121
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	32	LEGUMBRES	127
CONSUMO ALIMENTARIO	34	FRUTAS Y HORTALIZAS	139
GASTO Y CONSUMO PER CÁPITA EN HOGARES	38	FRUTAS	144
COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	40	CÍTRICOS.....	152
CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS FUERA DEL HOGAR ..	41	FRUTOS SECOS	156
CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE ALIÑO	42	HORTALIZAS	160
CONSUMO Y GASTO EN AGUA ENVASADA	44	FRUTAS Y HORTALIZAS	169
CONSUMO Y GASTO EN ARROZ	46	CONSERVAS DE VERDURAS.....	180
CONSUMO Y GASTO EN BATIDOS.....	48	VEGETALES CONGELADOS	181
CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS.....	50	ZUMOS.....	186
CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA.....	52	PATATAS FRITAS Y SNACKS	190
CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ	54	FRUTOS SECOS	191
CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS ..	56	LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS	210
CONSUMO Y GASTO EN CERVEZA	58	LECHE DE CONSUMO.....	218
CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS	60	PRODUCTOS LÁCTEOS REFRIGUERADOS	222
CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS	62	HELADOS	225
CONSUMO Y GASTO EN HELADOS Y GRANIZADOS.....	65	QUESOS.....	226
CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS	67	MANTEQUILLA.....	231
CONSUMO Y GASTO EN INFUSIONES	69	CARNES	241
CONSUMO Y GASTO EN LECHE	71	PORCINO	242
CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES	73	VACUNO	245
CONSUMO Y GASTO EN PAN.....	75	OVINO Y CAPRINO	247
CONSUMO Y GASTO EN PASTAS.....	77	CARNE DE AVES	249
CONSUMO Y GASTO EN PESCADOS Y MARISCOS.....	79	CARNE DE CONEJO	252
CONSUMO Y GASTO EN REFRESCOS	81	CARNE DE EQUINO	253
CONSUMO Y GASTO EN SIDRA.....	83	CARACOLES	253
CONSUMO Y GASTO EN VINO Y DERIVADOS.....	85	CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS.....	255
CONSUMO Y GASTO EN ZUMO.....	87	ELABORADOS CÁRNICOS	260
		JAMÓN CURADO BLANCO	262
		JAMÓN IBÉRICO	263
		PRODUCTOS DE CASQUERÍA	264

HUEVOS	280	CAFÉ	401
OVOPRODUCTOS	284	TÉ Y OTRAS INFUSIONES	406
PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA	288	CERVEZA	411
PESCADO Y MARISCO FRESCO	297	AGUAS ENVASADAS	416
PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS	298	VINO Y MOSTO	421
CONSERVAS DE PESCADO	300	VINO	425
ACUICULTURA	302	VINOS CON IGP VINOS DE LA TIERRA	426
AHUMADOS	303	VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN	428
PESCADOS EN SALAZÓN	304	CAVA	429
ACEITE DE OLIVA	306	MOSTO	431
ACEITUNAS DE MESA	326	BEBIDAS ESPIRITUOSAS	455
OLEAGINOSAS	334	SIDRA	465
ACEITES DE SEMILLAS	338	VERMÚ	469
MARGARINA	342	BEBIDAS REFRESCANTES	470
AZÚCAR	345	AGRICULTURA ECOLÓGICA	475
CARAMELOS	352	INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS	487
TURRONES Y MAZAPANES	354	ANDALUCÍA	488
MIEL	360	ARAGÓN	495
CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO	369	ASTURIAS	501
PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS	374	CANARIAS	507
PRODUCTOS DESHIDRATADOS	376	CANTABRIA	513
COMIDA ÉTNICA	376	CASTILLA-LA MANCHA	519
PIZZA FRESCA, SANDWICH Y BOCADILLOS	377	CASTILLA Y LEÓN	525
ALIMENTOS PLANT-BASED	377	CATALUÑA	531
CALDOS Y SOPAS	381	COMUNIDAD DE MADRID	537
PRODUCTOS DIETÉTICOS	383	COMUNIDAD VALENCIANA	543
PRODUCTOS FUNCIONALES	384	EXTREMADURA	550
ALIMENTACIÓN PARA DEPORTISTAS	385	GALICIA	556
COMPLEMENTOS ALIMENTICIOS	385	ISLAS BALEARES	562
ALIMENTACIÓN INFANTIL	386	LA RIOJA	568
ALIMENTOS PARA NIÑOS	387	NAVARRA	574
ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS	388	PAÍS VASCO	580
SALSAS	389	REGIÓN DE MURCIA	586
SAL	395		
VINAGRE	398		

INFORMACIÓN POR SECTORES	89	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS.....	223	TORTAS Y HARINAS OLEAGINOSAS.....	335
CEREALES.....	90	HELADOS.....	225	ACEITES DE SEMILLAS.....	338
CEBADA.....	93	QUESOS.....	226	MARGARINA.....	342
TRIGO.....	94	MANTEQUILLA.....	231	AZÚCAR.....	345
MAÍZ.....	95	CARNES.....	241	CARAMELOS.....	352
ARROZ.....	96	PORCINO.....	242	TURRONES Y MAZAPANES.....	354
SORGO.....	98	PORCINO IBÉRICO.....	244	MIEL.....	360
OTROS CEREALES SECUNDARIOS.....	98	VACUNO.....	245	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA MIEL.....	366
HARINAS.....	99	OVINO Y CAPRINO.....	247	CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO.....	369
PAN.....	100	CABAÑAS A LA BAJA.....	247	PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS.....	374
MASAS CONGELADAS.....	101	CARNE DE AVES.....	249	PRODUCTOS DESHIDRATADOS.....	376
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HARINAS Y PANES.....	104	CARNE DE PAVO.....	251	COMIDA ÉTNICA.....	376
GALLETAS.....	107	PATO Y OTRAS AVES.....	251	PIZZA FRESCA, SANDWICH Y BOCADILLOS.....	377
PASTELERÍA INDUSTRIAL.....	109	CARNE DE CONEJO.....	252	ALIMENTOS PLANT-BASED.....	377
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES.....	113	CARNE DE EQUINO.....	253	CALDOS Y SOPAS.....	381
CEREALES PARA EL DESAYUNO.....	115	CARACOLES.....	253	PRODUCTOS DIETÉTICOS.....	383
PASTAS ALIMENTICIAS.....	117	CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS.....	255	PRODUCTOS FUNCIONALES.....	384
PASTA SECA, PASTA FRESCA.....	117	ELABORADOS CÁRNICOS.....	260	ALIMENTACIÓN PARA DEPORTISTAS.....	385
CUSCUS.....	118	JAMÓN CURADO BLANCO.....	262	COMPLEMENTOS ALIMENTICIOS.....	385
ARROZ.....	121	JAMÓN IBÉRICO.....	263	ALIMENTACIÓN INFANTIL.....	386
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ARROZ.....	125	PRODUCTOS DE CASQUERÍA.....	264	ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS.....	388
LEGUMBRES.....	127	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CARNES.....	265	SALSAS.....	389
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LEGUMBRES.....	135	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE JAMONES.....	272	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CONDIMENTOS.....	392
FRUTAS Y HORTALIZAS.....	139	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE EMBUTIDOS, SALAZONES Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS.....	276	SAL.....	395
FRUTAS.....	144	HUEVOS.....	280	VINAGRE.....	398
CÍTRICOS.....	152	OVOPRODUCTOS.....	284	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL VINAGRE.....	400
FRUTOS SECOS.....	156	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HUEVOS.....	284	CAFÉ.....	401
HORTALIZAS.....	160	PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA.....	288	ACHICORIA.....	403
FRUTAS Y HORTALIZAS.....	169	PESCADO Y MARISCO FRESCO.....	297	TÉ Y OTRAS INFUSIONES.....	406
CONSERVAS DE VERDURAS.....	180	PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS.....	298	CERVEZA.....	411
VEGETALES CONGELADOS.....	181	CONSERVAS DE PESCADO.....	300	AGUAS ENVASADAS.....	416
ZUMOS.....	186	ACUICULTURA.....	302	VINO Y MOSTO.....	421
PATATAS FRITAS Y SNACKS.....	190	AHUMADOS.....	303	VINOS DE CALIDAD.....	422
FRUTOS SECOS.....	191	PESCADOS EN SALAZÓN.....	304	VINO.....	425
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTAS.....	196	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA.....	305	CAVA.....	429
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTOS SECOS.....	209	ACEITE DE OLIVA.....	306	MOSTO.....	431
LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS.....	210	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA.....	314	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL VINO.....	435
LECHE DE VACA.....	212	ACEITUNA DE MESA.....	323	BEBIDAS ESPIRITUOSAS.....	455
LECHE DE OVEJA Y DE CABRA.....	213	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE ACEITUNA DE MESA.....	333	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS.....	460
OTROS PRODUCCIONES LÁCTEAS.....	216	OLEAGINOSAS.....	334	SIDRA.....	465
LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS.....	217			VERMÚ.....	469
LECHE DE CONSUMO.....	218			DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE SIDRAS.....	469
				BEBIDAS REFRESCANTES.....	470
				AGRICULTURA ECOLÓGICA.....	475

INFORMACIÓN POR COMUNIDADES487	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN523	PESCA EN GALICIA556
ANDALUCÍA488	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA-LA MANCHA524	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA558
AGRICULTURA Y GANADERÍA.....488	CASTILLA Y LEÓN525	CONSUMO ALIMENTARIO558
PESCA EN ANDALUCÍA.....488	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....525	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN560
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA490	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA527	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE GALICIA561
CONSUMO ALIMENTARIO490	CONSUMO ALIMENTARIO527	ISLAS BALEARES562
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN493	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN529	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....562
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ANDALUCÍA.....494	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA Y LEÓN530	PESCA EN ISLAS BALEARES562
ARAGÓN495	CATALUÑA531	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA564
AGRICULTURA Y GANADERÍA.....495	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....531	CONSUMO ALIMENTARIO564
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA497	PESCA EN CATALUÑA532	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN566
CONSUMO ALIMENTARIO497	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA533	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ISLAS BALEARES567
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN499	CONSUMO ALIMENTARIO534	LA RIOJA568
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ARAGÓN.....500	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN535	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....568
ASTURIAS501	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CATALUÑA.....536	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA570
AGRICULTURA Y GANADERÍA.....501	COMUNIDAD DE MADRID.....537	CONSUMO ALIMENTARIO570
PESCA EN ASTURIAS.....502	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....537	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN572
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA503	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA539	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA RIOJA.....573
CONSUMO ALIMENTARIO503	CONSUMO ALIMENTARIO539	NAVARRA574
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN505	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN541	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....574
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ASTURIAS ...506	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE MADRID542	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA576
CANARIAS507	COMUNIDAD VALENCIANA.....543	CONSUMO ALIMENTARIO577
AGRICULTURA Y GANADERÍA.....507	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....543	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN578
PESCA EN CANARIAS.....507	PESCA EN COMUNIDAD VALENCIANA.....543	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE NAVARRA...579
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA509	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA546	PAÍS VASCO580
CONSUMO ALIMENTARIO509	CONSUMO ALIMENTARIO546	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....580
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN511	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN548	PESCA EN EL PAÍS VASCO580
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANARIAS ..512	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA.....549	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA582
CANTABRIA.....513	EXTREMADURA.....550	CONSUMO ALIMENTARIO582
AGRICULTURA Y GANADERÍA.....513	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....550	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN584
PESCA EN CANTABRIA.....513	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA552	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DEL PAÍS VASCO585
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA515	CONSUMO ALIMENTARIO552	REGIÓN DE MURCIA586
CONSUMO ALIMENTARIO515	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN554	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....586
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN517	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE EXTREMADURA.....555	PESCA EN LA REGIÓN DE MURCIA.....587
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANTABRIA 518	GALICIA556	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA588
CASTILLA-LA MANCHA.....519	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....556	CONSUMO ALIMENTARIO588
AGRICULTURA Y GANADERÍA.....519	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....556	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN590
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA521		DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE MURCIA.....591
CONSUMO ALIMENTARIO521		ÍNDICE DE ANUNCIANTES.....592

Llueva, truene o nieve

Dormirás tranquilamente



En Mercabarna hay **600 empresas mayoristas expertas en la diversificación de orígenes, con soluciones logísticas ágiles y adaptables a cualquier necesidad.** Así, pase lo que pase en todo el mundo, nada te quitará el sueño.

El hub alimentario del Mediterráneo-Barcelona®



mercabarna

Informe Mercasa: un reflejo de una cadena alimentaria en constante evolución



LUIS PLANAS PUCHADES
MINISTRO DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN EN FUNCIONES

Mercasa es una piedra angular en el abastecimiento de alimentos en España. En torno a la Red de Mercas se aglutinan más de 3.300 empresas y se generan más 30.000 puestos de trabajo. Supera las 110.000 transacciones diarias y es responsable de la distribución de más de 8,6 millones de toneladas de alimentos.

Mercasa se configura, así, como una pieza clave en el sistema circulatorio de los alimentos, ya que esta plataforma de distribución mayorista y servicios logísticos contribuye a que los alimentos lleguen a todo nuestro territorio nacional, a través de la red capilar que conforman las 24 unidades que conocemos como mercas.

Su función es especialmente importante al referirnos a los frescos, ya que el 70% de frutas y hortalizas, el 50% de los pescados y mariscos, así como el 50% del total de alimentos frescos que se consume en España se canalizan por este sistema de distribución.

Todas estas cifras convierten a Mercasa en la mayor red pública de mercados mayoristas del mundo, y en un modelo de éxito muy valorado a nivel internacional y de referencia para muchos países.

La Red de Mercas es capaz de garantizar el abastecimiento de calidad, asequible y de alimentos frescos en España, sin duda, uno de los países que más variedad alimentaria disfruta en pescados, frutas, verduras y carnes. Desde el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, promocionamos esa idea con la firme convicción de que somos 'el país más rico del mundo'.

Además de su importante papel en nuestra cadena agroalimentaria, donde Mercasa es la 'línea recta' entre el origen y el destino final de los alimentos, la Red de Mercas también viene desplegando una interesante labor divulgativa e informativa sobre el conjunto del sector que complementa su labor en la coordinación y desarrollo de la actividad alimentaria en España. En este aspecto, el informe anual de Mercasa es una cita obligada para toda aquella persona que quiera comprender el panorama actual del sector y que desee tomar decisiones informadas desde el punto de vista económico y social.

El desglose pormenorizado de los datos por sectores y por comunidades autónomas no sólo nos proporciona una visión completa y actualizada sobre la producción, la industria, la distribución y el consu-

mo de alimentos en España, sino que también nos facilita la anticipación y la planificación estratégica. Se identifican los retos y oportunidades en cada uno de los ámbitos y territorios con el fin de seguir creciendo en sistemas de producciones sostenibles y de calidad que contribuyan a la seguridad alimentaria en nuestro país, en Europa y en el mundo.

Precisamente, los diversos acontecimientos extraordinarios que se han venido solapando en los últimos años (pandemia, fenómenos climáticos, conflictos bélicos...) han situado a la seguridad alimentaria en el centro de las aspiraciones globales más importantes y urgentes.

En este contexto, el informe anual de Mercasa constituye una herramienta imprescindible para comprender la realidad y las perspectivas del sector agroalimentario en España y en su relación con terceros países, siendo como somos el séptimo exportador agroalimentario mundial. La visión panorámica que nos ofrecen los datos de este informe ayudan a los diferentes actores involucrados en la cadena agroalimentaria a adoptar medidas adecuadas y promover el desarrollo de un sistema alimentario más eficiente, seguro y sostenible. ■

Servicio público y eficiencia de la cadena alimentaria



BELÉN GUALDA GONZÁLEZ
PRESIDENTA DE LA SOCIEDAD ESTATAL
DE PARTICIPACIONES INDUSTRIALES (SEPI)

La cadena alimentaria, desde la producción al consumo, volvió a demostrar en 2022 y así continúa en 2023, una gran capacidad de adaptación a situaciones complejas y escenarios difíciles. Si en los ejercicios anteriores dio respuesta a la excepcionalidad de una crisis de dimensiones globales como la pandemia de la Covid-19, en 2022 fue la invasión rusa de Ucrania la que provocó una escalada de efectos concatenados que afectaron y siguen afectando a todos los sectores económicos y productivos, aunque de manera especial al ámbito de las materias primas alimentarias y los mercados de gran consumo.

Un escenario complejo al que, en el caso de España, se añaden las consecuencias de una prolongada sequía, traducida en menores producciones en los grandes sectores agrarios, con su posterior reflejo en los precios, afectados también por los incrementos de costes energéticos. Estos efectos negativos se han visto compensados, entre otros, por los mecanismos de ayudas públicas puestos en marcha por el Gobierno de España.

Los diferentes eslabones de la cadena alimentaria han demostrado una vez más su eficiencia para ejer-

cer su función con responsabilidad y los mejores resultados posibles. Así se desprende de la amplia información que se recoge en este anuario Alimentación en España 2023, que elabora Mercasa, dentro una serie histórica de 26 ediciones, que reflejan también la buena gestión de esta empresa pública y su contribución a un mejor conocimiento de la realidad alimentaria en España.

A pesar de las dificultades del escenario general, la industria alimentaria volvió a crecer en 2022 y representa actualmente el 20% de la industria manufacturera y un 2,5% del total de la economía española, con un valor de producción que en 2022 alcanzó un valor de 181.000 millones de euros.

La importancia estratégica de la cadena agro-pesquera-alimentaria para la economía y la sociedad española se refleja en el compromiso público con el apoyo a estos sectores, en el que se enmarca la participación del Grupo SEPI a través de empresas como Tragsa, Saeca y, en especial Mercasa, por su incidencia directa en los procesos comerciales de los alimentos frescos: frutas, verduras, pescados y carnes.

La gestión del servicio público que realiza Mercasa, que se traslada a cada una de las 24 Mercas que conforman su red por toda la geografía española, queda patente en los resultados en 2022, con un valor de la producción comercializada de 19.600 millones de euros, un valor equivalente al 1,48 del PIB español, y correspondiente a un volumen de comercialización superior a los 8,6 millones toneladas de alimentos.

Mercasa y la Red de Mercas tienen por delante nuevos retos de presente y futuro. Desde impulsar la plena transformación digital en todos los procesos y actividades que se desarrollan en sus instalaciones hasta la adaptación a las máximas exigencias de sostenibilidad y eficiencia energética. Para todo ello, Mercasa, la Red de Mercas y las más de 3.300 empresas de distribución mayorista y servicios logísticos que operan en sus instalaciones cuentan con el máximo apoyo y compromiso de SEPI en el objetivo de mejora permanente de la cadena alimentaria en España. ■

La respuesta de la cadena alimentaria a los retos de la economía circular



JOSÉ RAMÓN SEMPERE VERA
PRESIDENTE DE MERCASA

El complejo entramado sectorial y territorial que conforma la cadena alimentaria en España se enfrenta a la necesidad de adaptarse con rapidez a criterios de producción y gestión propios de un modelo de economía circular. Un objetivo que nos involucra a todos, desde las y los productores agrícolas, ganaderos y pesqueros hasta las últimas fases de los procesos logísticos y comerciales, pasando también por la industria transformadora y de preparación de alimentos para su consumo.

Los retos son urgentes y tienen una gran dimensión, tal y como se recoge en la Estrategia Española de Economía Circular (EEEC) —"España Circular 2030"—, que fue aprobada en 2020 y sienta las bases para dar el salto desde los principios clásicos de la economía lineal en todos los ámbitos de actividad a impulsar un nuevo modelo de producción y consumo en el que el valor de productos, materiales y recursos se mantengan en la economía durante el mayor tiempo posible; en el que se minimice la generación de residuos y se aprovechen al máximo aquellos cuya generación no se haya podido evitar.

Un proceso en el que España está ya plenamente implicada y que plantea objetivos muy concretos, que debemos alcanzar antes de 2030, entre los que destacan la reducción de gases efecto invernadero por debajo 10 millones de toneladas de CO₂, reducir el consumo de materias primas y recursos naturales en un 30%, recortar la generación de residuos alimentarios entre 20 y un 50%, mejorar la eficiencia del consumo de agua en un 10% e incrementar la reutilización de residuos un 10%.

Y en cuanto a las estrategias que se están desarrollando para alcanzar los retos de la economía circular, en la cadena alimentaria destacan especialmente tres: las relativas a la gestión de envases y procesos logísticos, con el objetivo de que en 2030 todos los productos sean reciclables; la necesidad de reducir al mínimo el

desperdicio alimentario; y la imprescindible concienciación y complicidad de la ciudadanía, sin cuya implicación resulta imposible alcanzar la meta de España Circular 2030.

La transición de una economía lineal a una economía circular solo es posible con un marco instrumental y una actividad coordinada entre todas las administraciones, los sectores económicos y el conjunto de la sociedad para facilitar sinergias. Además, en este proceso, la Estrategia Española de Economía Circular deja claro que para la consecución de los objetivos que propone es necesario desarrollar y aplicar nuevos conocimientos y capacidades, que den lugar a nuevos desarrollos tecnológicos, a procesos, productos y servicios innovadores que permitan, a través de su adopción, contribuir a la competitividad de las empresas, a la vez que se generen nuevas oportunidades de negocio y se creen nuevas cadenas de valor, que lleven aparejada la creación de empleo.

Bajo estas premisas trabajamos cada día en Mercasa y la Red de Mercas, para optimizar nuestros recursos con la misión de reforzar nuestra labor en el abastecimiento de alimentos frescos y de calidad a nivel nacional y de garantizar las infraestructuras y servicios eficaces, seguros y sostenibles para todos los eslabones entre la producción y el consumo.

Mercasa ha orientado su modelo de negocio y todas sus actividades hacia un enfoque sostenible y competitivo, alineándose así con la creciente demanda regulatoria, un mercado más exigente en términos de criterios ESG (Environmental, Social and Governance) y en aras de favorecer la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y la Agenda 2030.

En cuanto a las acciones de carácter ambiental, impulsamos la economía circular y el ecodiseño. Favorecemos la comercialización de alimentos frescos de

proximidad. Promovemos la eficiencia en el uso de los recursos. Impulsamos un compromiso creciente de la Red de Mercas en programas de reducción de desperdicio alimentario y donación de alimentos. Implantamos y desarrollamos medidas para la adaptación al cambio climático siguiendo los objetivos del Acuerdo de París garantizando el respeto e impacto positivo sobre la biodiversidad.

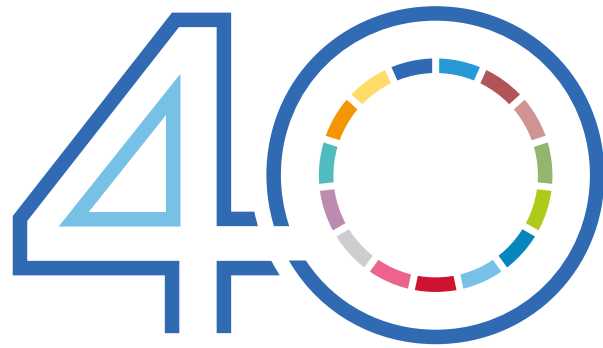
Sin olvidar que la transformación digital de toda la institución Mercasa y su relación con la Red de Mercas desempeña un papel crucial en este proceso, permitiéndonos ser más eficientes y competitivos en un entorno cargado de nuevos desafíos.

Igualmente, impulsamos el compromiso en materia de salud y seguridad laboral. Promovemos la diversidad, el trato equitativo y las mismas oportunidades independientemente del género, procedencia o cualquier otro aspecto como pilares de crecimiento y progreso social. E impulsamos la calidad del servicio, así como la promoción y el respeto de los derechos humanos.

Por último, adoptamos los criterios que hacen referencia a la buena administración y gobierno de la organización, el compromiso ético y la transparencia en la gestión con los mejores estándares, la dinamización de la compra pública sostenible, la integración de la sostenibilidad en el sistema de gobierno corporativo y en el mapa de riesgos de nuestra organización y la Red de Mercas, al igual que la comunicación fidedigna y constante con nuestros grupos de interés y la sociedad en su conjunto.

En definitiva, desde Mercasa intentamos aportar todo lo que está a nuestro alcance, desde la responsabilidad del servicio público que prestamos junto a la Red de Mercas, para que cada año que nos vamos aproximando a la meta de 2030 estemos un poco más de cerca de alcanzar el objetivo final de un modelo de economía circular y desarrollo sostenible. ■

mercamadrid



aniversario

Una forma de vivir

COMERCIALIZACIÓN

3.111.629 Tm

12 MILLONES
CONSUMIDORES

Superficie
Mercamadrid

2.215.060 m²

ÁREA DE INFLUENCIA
500 km

Diariamente:

20.000 personas

15.000 vehículos

DATOS BÁSICOS

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2023

mercasa



Principales resultados macroeconómicos de la agricultura y la ganadería



MACROMAGNITUDES

El valor de la Producción de la Rama de Actividad Agraria española en 2022 superó los 63.171,9 millones de euros (valores corrientes a precios básicos), un 10,6% más que en el año anterior, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca, y Alimentación.

Si de este valor se deduce el valor de los “inputs” o consumos intermedios, que en supusieron 34,872 millones de euros (un 28,5% más que en 2021), se obtiene el Valor Añadido Bruto a precios básicos, que resultó ser de 28.299,9 millones de euros, un 5,6% menos que un año antes.

Los consumos intermedios corresponden a las compras de medios de producción fungibles. Entre ellos destacan: semillas, plantones, energía eléctrica, combustibles, carburantes, lubricantes, fertilizantes, fitosanitarios, zoonosanitarios, piensos, gastos de mantenimiento de la maquinaria y 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, que en 2022 se estimaron en 6.044,7 millones de euros, una cifra superior a la de año antes.

Las explotaciones agrarias también perciben otras subvenciones, no ligadas a unos productos concretos, tales como las relativas al desarrollo rural (jóvenes agricultores, formación, jubilación anticipada, zonas desfavorecidas, medidas agroambientales, desarrollo de zonas rurales, etc.). Si al Valor Añadido Bruto se le

añade estas subvenciones (5.889 millones de euros en 2022) y se le restan las amortizaciones y otros impuestos (por importe de 480,8 millones de euros) se llega al Valor Añadido Neto al coste de los factores, también denominado Renta Agraria (RA), cuyo valor fue de 27.663 millones de euros (valores corrientes a precios básicos), lo que supuso un descenso del 6,2% respecto a la Renta Agraria de 2021

Por otra parte, en 2022 se produjo un descenso del 6,1% en el volumen de trabajo de la agricultura expresado en UTAs (Unidades de Trabajo Año), de acuerdo con los datos suministrados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), por lo que la Renta Agraria en términos corrientes por UTA resultó inferior en un 0,1% a la del año anterior, según los datos del Ministerio de Agricultura.

EMPLEO

De acuerdo con los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), al acabar 2022 estaban activos dentro del sector primario (agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca) un total de 888.200 personas, un 12% menos que en el último trimestre del año anterior.

Por su lado, el número de ocupados en el sector agrario (agricultura, pesca y silvicultura) era de 753.200 personas, un 10% menos que en el año anterior.

En la industria de la alimentación el número de ocupados al acabar 2022 ascendía a 553.100 personas, un 7,5% más que un año antes. De esta cifra total, 480.700 trabajaban en la industria de la alimentación y 72.400 en la de bebidas.

SECTORES

CEREALES

La producción de cereales disminuyó en 2022 un 24,3%, mientras que los precios medios subieron un 33,6%, según los datos del Ministerio de Agricultura publicados a efectos de calcular la renta agraria anual. El valor generado por este subsector aumentó un 1,1%, hasta situarse en 6.211,6 millones de euros en términos corrientes.

La producción total de cereales (trigo, cebada, avena, centeno, triticale, maíz, sorgo y arroz) quedó en 16,5 millones de toneladas, un volumen inferior en un 32% al del año precedente. Como suele ser habitual, la mayor cosecha fue la de cebada (6,7 millones de toneladas), seguida por la de trigo y la de maíz.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS EN 2022	
PRODUCTO	PRODUCCIÓN (Miles de toneladas)
TRIGO	6.105,90
CEBADA	6.691,20
MAÍZ GRANO	3.784,40
ARROZ (CÁSCARA)	381,30
AVENA	807,70
GARBANZOS	34,4
GUISANTES SECOS	141,1
GIRASOL	793,8
REMOLACHA AZÚCARERA	1.992,3
SANDÍAS	997,4
MELONES	527,9
FRESAS/FRESONES	325,2
MANZANAS DE MESA	421,6
PERAS	247,4
ALBARICOQUES	81,2
MELOCOTONES	525,6
PLÁTANOS	345,4
UVAS DE MESA	302,5
NARANJAS	2.868,3 (Campaña 22/23)
MANDARINAS	1.956,3 (Campaña 22/23)
LIMONES	857 (Campaña 22/23)
ALMENDRAS CÁSCARA	199,5
PATATAS	1.934,6
TOMATES FRESCO	3.726,6
JUDÍAS VERDES	142,7
PIMIENTOS	1572
ALCACHOFAS	201,9
BRÓCOLI	486,7
COLIFLORES	190,4
AJOS SECOS	270,6
CEBOLLAS	1.131,6
CALABACÍN	617,2
PEPINOS	672,4
LECHUGAS	932,5
ZANAHORIAS	382,2
ACEITE DE OLIVA	661,6 (campaña 2022/2023)
ACEITUNAS ADEREZO	415 (campaña 2022/2023)
VINO	35,38 (millones de hl.)
CARNE DE VACUNO	731,5
CARNE DE OVINO	119,14
CARNE DE CAPRINO	11
CARNE DE PORCINO	5.066,3
CARNE DE AVES	1.638,6
CARNE DE CONEJO	41,11
LECHE DE VACA	7.323,6
LECHE DE OVEJA	502,9
LECHE DE CABRA	437,3
HUEVOS DE GALLINA	850,1

FUENTE: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA)

Por su lado, la cosecha de cereales en la Unión Europea (sin incluir el arroz) en el año 2022 se situó en 267,6 millones de toneladas, un 9,5% menos que en la campaña anterior, según datos de la Comisión Europea. En la UE, la mayor cosecha fue la de trigo, seguida de la de maíz y la de cebada.

LEGUMINOSAS

En la campaña de comercialización 2022, la superficie de leguminosas grano alcanzó las 357.700 hectáreas, un 2% más que en la campaña anterior. Estos datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) incluyen las siembras de judías secas, habas secas, lentejas, garbanzos, guisantes secos, vezas, altramuz dulce y yeros. Junto con la aumento de las siembras se produjo ese año una caída de la producción en el conjunto de estos cultivos, como consecuencia de una bajada drástica de los rendimientos. Así, se cosecharon 341.500 toneladas en total, un 18,67% menos que un año antes.

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

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

FRUTAS Y HORTALIZAS

La producción total de frutas y hortalizas en España superó en 2022 los 18,6 millones de toneladas, un volumen muy por debajo del producido en el año anterior. De esta producción total, aproximadamente el 76,5% correspondió a hortalizas; el 3,13% a los cítricos; el 20,3% al resto de las frutas, incluidos los frutos secos.

De todas las producciones hortofrutícolas, el cultivo principal en volumen de producción y en superficie cultivada es el tomate, que se consume en fresco y en conserva (el más importante en volumen).

A efectos de calcular la renta agraria, el valor de la producción española de frutas y hortalizas exclusivamente superó los 20.450 millones de euros en 2022, un 4,5% menos que en 2021, según datos del Ministerio de Agricultura en los que no está incluida la aportación de la patata.

Este subsector en conjunto (frutas y hortalizas) representó el 56,4% de la Producción Vegetal final y el 32,3% de la Producción de la Rama Agraria, lo que le sitúa como el subsector más importante del sector agrario.

De los dos subsectores que componen el grupo, el que más aporta en términos de renta agraria es el de las hortalizas. En 2022, su aportación se elevó a 11.206 millones de euros, 576 millones más que un año antes, pero hay que tener en cuenta que en este dato que facilita el Ministerio de Agricultura está incluida también la aportación del sector de las flores y plantas (unos 2,2 millones de euros), por lo tanto las hortalizas supondrían un valor de unos 9 millones de euros para la renta agraria. Dentro del grupo de las hortalizas destaca el tomate por su aportación a la renta.

El segundo subsector en importación económica fue el de las frutas con 9.253 millones de euros en 2022, unos 1.261 millones de euros menos que en el año anterior. En esta cifra están incluidas las aportaciones de las aceitunas de mesa.

PATATAS

La producción de patatas en 2022 aportó cerca del 1,2% de la Producción Final Agraria y el 2,1% de la Producción Vegetal, según los datos del MAPA.

Al contrario que en el año anterior, este cultivo registró en 2022 un retroceso importante en el volumen de producción. Según el MAPA, a efectos de calcular la renta agraria la producción de patata decreció en volumen un 20,7%, al tiempo que los precios subieron de media un 11%. Con estos datos, el valor generado por este sector se redujo un 12% y se situó en 771 millones de euros a precios corrientes

REMOLACHA AZUCARERA

La superficie cultivada de remolacha azucarera en España en el año 2022 se redujo un 19%, hasta las 23.800 hectáreas. De esta cifra total, 16.000 hectáreas correspondieron a las siembras en la zona norte y el resto a las de la zona sur.

El grueso de la producción de remolacha azucarera se cultiva en la zona norte del país y se recoge en los meses de otoño e invierno. No obstante, también hay una importante producción de recogida en los meses de verano, en el sur del país.

Castilla y León es la región que consigue uno de los mejores rendimientos por hectárea de toda la Unión

Europea, con unas 104 toneladas por hectárea y también es la que más superficie destina al cultivo de la remolacha.

En la campaña 2021/2022, la producción nacional de remolacha azucarera se situó en torno a los 1,99 millones de toneladas, un volumen inferior en un 21% al producido en campaña anterior. Igualmente, en la campaña 2022/2023 la producción de remolacha fue menor a la precedente, pues se recogieron 1,8 millones de toneladas, según los datos del Ministerio de Agricultura.

OLEAGINOSAS

Las principales semillas oleaginosas cultivadas en España son el girasol y la colza, pero también se obtienen soja y otras producciones menos representativas como el cacahuete o la camelina.

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.

A efectos de calcular la renta agraria anual, el sector de las oleaginosas se engloba dentro de los cultivos industriales, que registraron en 2022 un retroceso en volumen de su producción del 9,9 % y una espectacular subida de precios de 33,5%, al igual que sucedió en el año anterior, según los datos publicados por el Ministerio de Agricultura.

En la campaña 2021/2022 (que va de julio a junio del año siguiente) la superficie destinada al cultivo de colza, soja y girasol sumó 725.000 hectáreas (2.000 más que en la anterior campaña), y la producción superó el millón de toneladas en total, volumen similar al anterior.

Por su lado, en la campaña 2022/2023 la superficie se incrementó hasta 1.005.000 hectáreas, mientras que la producción superó los 1,057 millones de toneladas.

En el conjunto de los Estados Miembros de la UE, la producción de oleaginosas en 2022 superó los 31,2 millones de toneladas, un 3% más que en el año anterior. La mayor cosecha en volumen fue la de colza y la menor, la de linaza.

VINO Y MOSTO

El sector vitivinícola español tiene una gran importancia no sólo desde el punto de vista económico sino

también social y medioambiental. En 2022, el valor de la producción de vino y mosto representó el 3,93% del valor de la Producción Vegetal Final y el 2,3% de la Producción de la Rama Agraria. En ambos casos, los porcentajes fueron superiores a los del año precedente debido al aumento de la producción y al sostenimiento de los precios. En este sentido, al igual que en los años anteriores, el volumen de vino y mosto total producido en España se incrementó en 2022.

Según los datos MAPA, a efectos de calcular la renta agraria anual se produjo un aumento del volumen de vino y mosto del 1,4% (en la campaña anterior superó el 12%) y una subida de los precios del 0%. El resultado final de estos datos es que el sector generó un valor superior en un 1,4% al del año precedente y llegó a 1.425 millones de euros.

En la vendimia de 2022 se recogieron para elaborar vinos y mostos un total de 5,4 millones de toneladas de uva, un 2,9% más que en el año anterior, de las cuales algo más de 3,1 millones de toneladas fueron uvas blancas y 2,3 millones tintas.

La producción de vino y mosto comunitaria se situó en torno a 165,7 millones de hectolitros, lo que supuso un aumento del 4,4% con respecto a la campaña anterior, según datos de la Comisión Europea.

ACEITE DE OLIVA

España ocupa el primer lugar mundial en superficie y producción de aceite de oliva. La producción de aceite de oliva en 2022, a efectos de calcular la renta agraria anual, tuvo una evolución muy positiva, al igual que sucedió en el año anterior. Estos datos del Ministerio de Agricultura no se corresponden con la evolución de la campaña 2022/2023, sino con la anterior 2021/2022.

En este sentido, la producción de aceite de oliva se incrementó en volumen a efectos de calcular la renta un 6,4%, mientras que los precios subieron de media un 28% (en el año anterior, los porcentajes de crecimiento fueron notablemente más altos). Conforme a estos datos, el valor generado por el sector del aceite de oliva se incrementó significativamente (un 36,2%) y se situó en 3.577 millones de euros.

La producción nacional de aceite en la campaña 2021/2022 alcanzó un volumen cercano a 1,49 millones de toneladas, un 7% más que en la anterior. Igualmente, la producción en la campaña 2022/2023 se redujo significativamente y alcanzó un volumen de 661.600 toneladas.

Por su parte, la producción de aceite en la UE en la campaña 2021/2022 ascendió a algo más de 2,27 millones de toneladas, un 11% más que en la campaña anterior. Asimismo, en la campaña 2022/2023, la producción de aceite de oliva descendió hasta los 1,36 millones de toneladas, también por la caída de la producción española.

ACEITUNA DE MESA

La aceituna de mesa es un producto genuinamente español que lidera los mercados internacionales.

En la campaña 2021/2022 la producción nacional de aceituna de mesa fue de alrededor de 652.100 toneladas, según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA). Este volumen resultó un 19% superior al de la anterior campaña. Por su lado, en la campaña 2022/2023, la producción de aceituna de aderezo disminuyó hasta algo más de 417.510 toneladas. Dicha campaña arrancó el 1 de septiembre de 2022 con unas existencias de 439.870 toneladas (un 25% más que un año antes) y llegó a primeros de junio de 2023 con un stock final de 266.380 toneladas.

PORCINO

Por su aportación a la economía, el porcino es el principal sector ganadero en España. En 2022, el sector del porcino supuso el 40% de la Producción Final Ganadera y el 16% de la Producción Final Agraria (porcentajes superiores a los del año anterior), según los datos del

Ministerio de Agricultura, publicados a efectos de calcular la renta agraria anual.

Expresado en euros corrientes, el valor alcanzado por el sector porcino en el año 2022 ascendió a 10.103,6 millones de euros, unos 1.700 millones de euros más que en el año precedente.

A efectos de la renta agraria, la producción de carne de porcino disminuyó en cantidad un 2,2% (el año anterior había aumentado un 3,4%) y los precios subieron un 22,1%, dos hechos que propiciaron una subida del valor final generado por este subsector en un 19,4%. En volumen, la producción nacional en 2022 ascendió a 5 millones de toneladas.

Por su parte, la producción de carne de porcino de la Unión Europea en 2022 fue menor que en 2021: 22 millones de toneladas, un 6% menos que un año antes. Los países europeos que más aportaron a esa producción en 2022 fueron España (23%), Alemania (20%), Francia (10%), Polonia (8%), Holanda (8%), Dinamarca (7%) y Italia (6%).

VACUNO DE CARNE

El subsector del vacuno de carne es el segundo dentro del sector ganadero en importancia económica, por detrás del porcino, y por delante del lácteo y el avícola.

A efectos de calcular la renta agraria, el volumen de carne producida en España aumentó en 2022 un 2,2%,



siguiendo la tendencia del año anterior. Asimismo, los precios subieron de media un 26,7%, con lo que el valor generado por este subsector aumentó también un 29,6%, hasta llegar a 4.103 millones de euros, expresados en valores corrientes.

El sector de vacuno de carne español representaba en 2022 el 16,4% de la Producción Final Ganadera y el 6,5% de la Producción Final Agraria, porcentajes ambos superiores a los del año precedente.

El censo de ganado vacuno destinado a la producción de carne (excluidas las vacas lecheras) superaba los 5,64 millones de animales. El censo de bovino para carne estaba liderado por Castilla y León, Extremadura y Galicia.

Por su lado, la producción de carne de vacuno en España aumentó en el tercer año de la pandemia y ascendió a 731.520 toneladas, un 1,9% más.

En la Unión Europea, la producción de carne de vacuno se elevó a 6,64 millones de toneladas, un 2% menos que en 2021. A esa producción, Francia aportó el 20,5%, Alemania el 14,8% e Italia (11,2%). España ocupó el cuarto lugar en el ranking comunitario, con el 11% del total.

OVINO Y CAPRINO DE CARNE

El sector de ovino y caprino representaba en 2022 el 2,2% de la Producción Final Agraria nacional y el 5,5% de la Producción Final Animal, porcentajes ambos por debajo de los que representó en 2021. El valor estimado de la producción de ovino y caprino, a efectos de calcular la renta agraria, ascendió a 1.389,6 millones de euros.

La producción de carne de ovino rondó las 119.140 toneladas, un volumen inferior en un 1% al del año anterior. En cuanto a la producción de carne de caprino, al contrario que en el año precedente, en 2022 se registró un aumento y quedó en 11.000 toneladas.

En la UE, la producción comunitaria de carne de ovino y caprino rondó en 2022 las 533.000 toneladas, según estimaciones de la Comisión Europea, lo que supuso un incremento notable con respecto al año precedente. De la producción total, correspondió a la carne de ovino 479.000 toneladas (un 8% menos que en el año anterior) y el resto al caprino.

CARNE DE AVES

El sector de la carne de aves representó en 2022 el 4,9% de la Producción Final de la rama agraria y el

12,4% de la Producción Final de la rama ganadera. En ambos casos, los porcentajes fueron superiores a los de 2021.

Al contrario de lo que sucedió un año antes, a efectos de calcular la renta agraria la cantidad de carne producida en 2022 aumentó (1,3%), al tiempo que los precios subieron (19,7%). Con estos datos, el valor generado por el sector avícola de carne se incrementó un 21,3% y se situó en 3.112,9 millones de euros.

La producción total de carne de aves (pollos, pavos, patos, etc.) se estimó en 1,63 millones de toneladas, un 0,56% más que en 2021. Como cada año, el grueso de la producción de carne en el sector de las aves fue la de broilers o pollos.

Por su lado, en la Unión Europea se produjeron un total de 12,84 millones de toneladas de carne de aves, un 3% menos que en el año anterior. De la producción total, un 84,4% correspondió a la carne de pollo; el 12,7% a la de pavo; el 2,6% a la de pato (el resto son otras carnes como ganso, etc.).

CARNE DE CONEJO

La producción de carne de conejo tiene una gran tradición en España y está muy ligada a la gastronomía nacional, aunque hoy en día su consumo es muy minoritario, si lo comparamos con otras carnes.

A efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne de conejo se redujo en 2022 en cantidad un 13,9%, mientras los precios medios subieron un 20,8%. Estos datos proceden de la estimación del Ministerio de Agricultura y suponen un aumento del valor aportado del 4%.

Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2021 el 0,27% y con respecto a la Producción Animal, el 0,69% (en ambos casos, por debajo de las cifras de 2021). El valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria se situó en 173 millones de euros (valores corrientes, a precios básicos).

La producción de carne estimada por el Ministerio de Agricultura (sacrificio ganadero) fue de 40.930 toneladas (un 13,9% por debajo de los datos del año precedente).

En la UE, la producción de carne de conejo se acercó a las 141.000 toneladas, frente a las 146.000 toneladas de 2021. Francia es la primera potencia en producción de carne de conejo dentro de la UE, seguido muy de cerca por España e Italia.

CARNE DE EQUINO

A efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne de equino en 2022 se redujo en cantidad un 1,7%, pero los precios medios subieron un 22,1%. De este modo, el valor generado por este subsector se incrementó un 20% con respecto a un año antes, hasta llegar a alcanzar un valor de 90,7 millones de euros (valores a precios básicos), según el Ministerio de Agricultura. El valor generado por este sector representó el 0,14% de la Producción Final Agraria y el 0,36% de la Producción Final Ganadera.

En 2022 se sacrificaron en los mataderos españoles 32.507 animales (566 menos que en 2021) y la producción de carne se situó en cerca de 8.306 toneladas, un 2,3% menos que la producción del año precedente.

Por su lado, la carne de equino en la Unión Europea generó en torno a los 860 millones de euros, a efectos de calcular la renta agraria anual. La producción de carne de ganado equino estimada para el conjunto de los países comunitarios rondó ese año los 146.000 toneladas.

HUEVOS

La producción nacional de huevos representó en 2022 el 6,2% de la Producción Final Ganadera y el 2,5% de la Producción Final de la Rama Agraria, porcentajes en ambos casos superiores a los del año precedente, según datos del Ministerio de Agricultura.

Asimismo, a efectos de calcular la renta agraria anual el MAPA estimó que la producción de huevos disminuyó en cantidad un 8,9% (el año anterior experimentó caída del 6,4%), mientras que los precios subieron un 57,8%, muy por encima de años anteriores. En el año 2022, el valor generado por este sector a efectos de calcular la renta agraria se cifró en 1.554,4 millones de euros expresados en valores corrientes. El valor de ese año resultó superior al del precedente en un 43,7%.

Por su lado, la producción de huevos de gallina (comercialización y autoconsumo) se estimó en los 1.028 millones de docenas.

En la UE, la producción de huevos de gallina para consumo humano en 2021 se elevó hasta los 6,814 millones de toneladas, un 4,1% menos que en el año anterior, según los datos de la Comisión Europea.

LECHE

En 2022, la producción de leche disminuyó en volumen un 2,7% respecto a 2021, rompiendo así con siete años



consecutivos de incrementos, según los datos del Ministerio de Agricultura, a efectos de calcular la renta agraria anual.

Al mismo tiempo que la producción caía, los precios medios (a efectos de la renta) subieron un 28,5% (también subieron en los cinco años precedentes), con lo que el valor generado por esta producción fue superior en un 25% al generado un año antes.

La producción de leche de vaca, oveja y cabra en el año 2022 representó el 17,1% de la Producción Final Ganadera y el 6,8% de la Producción Final Agraria, porcentajes en ambos casos superiores a los del año precedente.

El valor generado por este subsector ascendió a 4.296,9 millones de euros a precios básicos, 860,4 millones más que un año antes, cuando el valor generado también creció.

Finalmente, la producción de leche total (vaca, cabra y oveja) se elevó a 8,26 millones de toneladas, un 2,3% menos que en el año anterior. De este volumen, 7,3 millones de toneladas fueron leche de vaca.

Por su parte, en la Unión Europea la producción total de leche (vaca, cabra, oveja y búfala) ascendió a casi 149,84 millones de toneladas, un volumen superior al del año precedente. El grueso de esta producción correspondió a la leche de vaca. ■

Comercio exterior agroalimentario



El comercio agroalimentario y pesquero volvió a tener en 2022 un saldo positivo, con unas exportaciones que superaron en valor a las importaciones. En concreto, el valor de las exportaciones agroalimentarias registró un crecimiento del 13%, con relación al dato del año precedente, al alcanzar los 68.018 millones de euros, según los datos publicados por el Ministerio de Agricultura, Pesca, y Alimentación.

Las ventas exteriores de productos agroalimentarios representaron en 2022 el 17,5% de todas las exportaciones españolas, un porcentaje inferior al del año precedente.

Del valor total de las exportaciones, un 86% correspondió a las ventas de productos agrarios; un 8% a los productos pesqueros y un 6% a las ventas de productos no alimentarios.

Por su lado, el valor de las importaciones agroalimentarias en 2022 se incrementó también (30,9%), hasta situarse en 41.169 millones de euros.

Conforme a estos datos, el saldo comercial agroalimentario fue finalmente de 13.869 millones de euros, un 26% menos que en el año 2021.

España se situó de nuevo entre los países que lideran las exportaciones agroalimentarias en la Unión Europea, con una cuota de mercado que ronda el 12%.

EXPORTACIONES: OCHO GRANDES SUBGRUPOS

Ocho son los grandes subgrupos dentro de la exportación agroalimentaria española: productos cáрни-

cos; productos pesqueros, frutas-hortalizas y legumbres; aceites y grasas; azúcar-café y cacao; lácteos y huevos; otros alimentos y bebidas, entre las que sobresale con mucha diferencia el vino.

Como todos los años, el subgrupo que alcanzó un mayor valor dentro de las exportaciones españolas fue el de las frutas-hortalizas-legumbres y frutos secos. Según datos del Ministerio de Comercio, el valor de las exportaciones de todas estas producciones superó en conjunto los 21.812 millones de euros. Dentro de este subgrupo, las exportaciones de frutas aportaron 9.845 millones de euros y bajaron un 1,3% con respecto al año precedente. Dentro de este subgrupo destacaron por encima del resto las ventas de cítricos.

Por su lado, las ventas al exterior de hortalizas y legumbres totalizaron un valor de 8.029 millones de euros en 2022, con un crecimiento del 8% respecto al año anterior. En este grupo destacan las aportaciones del pimiento y el tomate.

Por su lado, el sector de las carnes –que volvió a ser un año más el subgrupo que más creció en exportación- registró un crecimiento del 9,8% en valor, al alcanzar los 9.708 millones de euros. En este subgrupo volvió a sobresalir el sector porcino, que aporta más 60% del valor total de las ventas.

El tercer subgrupo en importancia por su valor dentro de las exportaciones agroalimentarias fue el del aceite y las grasas, que llegó a alcanzar los 7.194 millones de euros, con un crecimiento del 33% en relación con el año anterior.

Los productos pesqueros (frescos, refrigerados, congelados, etc.) ocuparon la cuarta posición por su valor entre las exportaciones, con un total de 5.544 millones de euros.

Asimismo, en quinta posición se situó el subsector de las bebidas, con el vino a la cabeza. El valor de las exportaciones de este subgrupo fue de 5.467 millones de euros, un 8,6% más que en el año anterior.

En cuanto al azúcar, café y cacao, las exportaciones en 2022 superaron en valor los 2.509 millones de euros.

Por su lado, el subgrupo de lácteos y huevos alcanzó un valor de 2.220,3 millones de euros; mientras que el llamado grupo de otros alimentos llegó a un valor de exportación conjunto de 8.447 millones de euros en 2022.

CINCO PRODUCTOS, LÍDERES EN EXPORTACIÓN

Dentro del grupo de alimentos y bebidas, las cinco producciones agroalimentarias que alcanzan un mayor valor dentro de las exportaciones agroalimentarias son tradicionalmente la carne de cerdo, los cítricos, el aceite de oliva, el vino y los pimientos.

En 2022, las exportaciones de carne de cerdo (incluidos todos los productos del sector) descendieron hasta llegar a un valor de algo más de 2,9 millones de toneladas. Asimismo, el valor de estas exportaciones (que incluyen carne, despojos, elaborados, tocino y manteca) alcanzaron los 8.279 millones de euros, un 7,5% más que un año antes.

Las exportaciones de cítricos superaron en volumen los 3,5 millones de toneladas, una cifra inferior a la del año precedente.

En cuanto al aceite de oliva, las exportaciones del año natural (no de la campaña de comercialización) superaron los 1,04 millones de toneladas (un 3% menos que un año antes), por un valor de 4.024,2 millones de euros, un 21% más que un año antes.

Asimismo, la exportación de vino y mosto aumentó un 16% hasta alcanzar un valor de casi 3.422,8 millones de euros, según los datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. El volumen exportado fue superior en un 14,3% al del año precedente.

Finalmente, dentro de las hortalizas el pimiento en fresco lidera las exportaciones nacionales en volumen desde hace algunos años. En 2022 la exportación de esta hortaliza alcanzó un valor de 1.327 millones de euros, un 4% más que en el año precedente, con un volumen de 795.600 toneladas (un 7% menos que en 2021). Dentro

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

PRODUCTO	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
	2021	2022	2021	2022
ACEITE DE OLIVA	3.322,1	4.024,2	1.075,8	1.047,7
AGUA	524,6	566,6	892	896
AGUACATES	390,63	393,8	139,9	149,9
AJOS	409,63	381,9	175,1	164,5
ALBARICOQUE	164	112	97	59,5
ALMENDRA (cáscara y grano)	644,6	599,9	121,9	114,3
ANIMALES VIVOS BOVINO	266,3	239,2	100,5	70
ANIMALES VIVOS PORCINO	123,2	157,14	102,7	104,6
ARROZ	161,6	226	237,4	269,2
ARTÍCULOS DE CONFITERÍA sin cacao	603,6	777,8	224	256,9
AZÚCAR DE CAÑA O REMOLACHA	54,2	65,9	93	89
CALABACINES	421,38	484,6	450,82	352,9
CARNE DE OVINO-CAPRINO	281,6	303,4	53	49
CARNE DE PORCINO TOTAL	5.501,4	5.835	2.214,2	2.084
CARNE DE VACUNO TOTAL	890,6	1.212	211	222,7
CARNE Y DESPOJOS DE AVES	413,4	482,14	242,2	206,6
CEBOLLAS	140,7	179,23	338,58	316,8
CERVEZA DE MALTA	272,9	309	328,8	357,6
CIRUELAS	141,17	126,5	338,58	94,2
COLES Y BRÓCOLIS	631,4	635,68	539,3	500,5
CONSERVAS DE ACEITUNAS	693,6	800,3	476,3	481
CONSERVAS DE PESCADO	886,4	966,4	169,2	160
FRESAS Y FRESONES	721,3	711,8	316,6	278,13
HUEVOS CON Y SIN CÁSCARA	246,67	940,6	169,8	141,6
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	156,4	133,18	70,25	47,6
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	263,77	303,1	208,4	192,7
LECHUGAS Y ACHICORIAS	827,4	825,9	811	714,5
LIMONES	803,9	815,2	734,2	647,8
MANDARINAS	1.475,3	1.514,3	1.326	1.245,7
MANZANAS	92,12	90,8	110,4	106,1
MELOCOTONES	442,11	409,6	344,3	262,2
MELONES	312,35	307,17	430,8	337,7
MOLUSCOS	1.064,6	1.267,5	227	243,2
NARANJAS	1.219,4	1.192,9	1.565,8	1.610,1
NÉCTARINA	492	461,5	346,6	277,5
PATATA	112	137,75	334,6	366,3
PEPINOS Y PEPINILLOS	718,7	942,2	660,3	694,2
PERAS	105	76,77	122,4	93,7
PESCADO CONGELADO	736,8	846,8	403	377,2
PIMIENTA	226,8	274,8	84,7	86,6
PIMIENTOS	1.270,62	1.326,7	853,6	795,6
PLÁTANOS Y BANANAS	71,85	54,57	112,8	70,11
PRODUCTOS DE PANADERÍA	603,5	777,8	224	256,9
QUESOS Y REQUESÓN	562,6	709	112,8	117,1
SANDÍAS	469,22	513,87	996,6	680,2
TOMATES FRESCOS	975,99	1.100,6	662,5	629,3
TRIGO	116,8	175,5	305,3	336,9
UVAS FRESCAS	436,5	403,3	200,7	176,4
VERMUT Y SIMILARES	77,1	87	65,4	69
VINO Y MOSTO	2.958,2	3.422,8	2.400,5	2.744,1
YOGURES	105	128,2	82,3	85,9

FUENTE: DATACOMEX

de grupo de las hortalizas también son muy importantes las exportaciones de tomate (en fresco y transformado).

IMPORTACIONES Y BALANZA COMERCIAL

En cuanto a las importaciones, el primer puesto lo ocupa el subgrupo de otros alimentos, cuyas compras supusieron el desembolso de 15.753 millones de euros, con un saldo negativo en la balanza comercial de 7.306 millones de euros.

Los productos pesqueros son el segundo subgrupo por valor dentro de las importaciones. En 2022 las compras de estos productos alcanzaron un valor de 8.887 millones de euros, por lo que el saldo de la balanza comercial resultó negativo en 3.530 millones de euros.

Las otras grandes partidas dentro de las importaciones agroalimentarias en 2022 fueron las frutas y hortalizas (7.333 millones de euros en conjunto), los productos cárnicos (2.979 millones de euros), los aceites y grasas (5.958 millones de euros), los lácteos y huevos (2.957 millones de euros), el azúcar y café (4.191 millones de euros) y las bebidas (2.136 millones de euros).

Respecto a la balanza comercial, además del subgrupo del pescado también tuvieron saldo negativo el de los lácteos y huevos (737 millones de euros); el de azúcar-café y el de otros alimentos entre los que se incluyen los cereales y oleaginosas.

En el lado positivo de la balanza (mayor valor de las exportaciones que de las importaciones), se situaron –además de los aceites-, las carnes (8.481 millones), las frutas y hortalizas (14.479 millones de euros) y las bebidas (2.942 millones de euros).

COMERCIO EXTERIOR POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Cataluña encabezó un año más (también lo hizo en 2020 y en 2021) el ranking de las exportaciones agroalimentarias españolas, por delante de Andalucía que solía ser la primera. En 2022 el valor de las exportaciones catalanas creció un 15,3% hasta los 14,8 millones de euros, el 21,8% del total nacional.

La segunda comunidad exportadora de productos agroalimentarios de España fue Andalucía, que en el año 2022 superó en valor los 14,22 millones de euros, el 21,1% del total nacional y un crecimiento del 13,9% con respecto al año precedente.

Por detrás se situaron la Comunidad Valenciana (13,2% del total y un crecimiento del 7,3% con respecto al año

anterior), la Región de Murcia (10,3%, con un crecimiento del 8,1%), Galicia (6% de total y un crecimiento del 17,3%), Castilla-La Mancha (5% y un aumento del 11,1%), Castilla y León (4,6% y un crecimiento del 13,6%), Aragón (4,8% tras crecer un 8%), Madrid (3,5%, con un crecimiento del 10,9%); País Vasco (2,5% del total y un crecimiento del 35,4%); Navarra (2,4% del total, tras crecer un 12,1%), Extremadura (2% y un crecimiento del 20,5% respecto a 2021); La Rioja (1,3% y un 7,2% de aumento), Cantabria (0,6% y un crecimiento del 11%); Asturias (0,4%, con un aumento del 41,1%); Canarias (0,4% y un aumento del 32,3%) e Islas Baleares (0,2%, con un aumento del 70,3%, el mayor de todas las comunidades).

DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES

El principal socio comercial de España es la Unión Europea, si bien en los últimos años se ha observado un aumento paulatino de las exportaciones a países terceros, porque además las ventas al Reino Unido ya no se incluyen en el comercio comunitario. En 2022, el valor de las exportaciones agroalimentarias a la UE supuso el 64,1% de total, un porcentaje superior al del año anterior, lo que da idea de la importancia del comercio intracomunitario.

Así, el valor de las ventas a la UE llegó a 43.570 millones de euros, un 15% más que en el año anterior. Por países, los seis principales destinos de las exportaciones agroalimentarias españolas fueron Francia (cuyas compras alcanzaron un valor de 10.443 millones de euros, un 13% más que en 2021), Alemania (con unas compras por valor de 7.331 millones de euros, un 6% más) e Italia (con 6.779 millones de euros, un 16% más, al igual que un año antes). Estos tres países fueron también los que ocuparon los primeros puestos en el ranking de exportaciones en el año precedente. Igualmente, también fueron importantes las ventas de alimentos y bebidas a Portugal y Países Bajos.

En cuanto a los países terceros, el valor de las exportaciones se elevó a 24.448 millones de euros, un 9,9% más que en 2021. Un año más, los tres principales destinos de las exportaciones agroalimentarias de España fueron Reino Unido, China y Estados Unidos. En concreto, en el tercer año fuera de la UE, el Reino Unido importó desde España alimentos y bebidas por un valor superior a los 4.620 millones de euros (un 6% más que en el año anterior).

Por su parte, Estados Unidos pasó a ocupar la segunda posición en el ranking, alcanzaron un valor de 3.179 millones de euros (un 27% más). Finalmente, las exportaciones a China (que antes del “bréxit” era el principal destinatario de alimentos y bebidas españoles entre los países terceros) alcanzaron un valor de 2.540 millones de euros, un 29% menos que un año antes, en el que

también se produjo una caída de ventas. La causa de la caída de ventas a China hay que buscarla principalmente en el sector porcino.

Además de estos países, otros destinos de las exportaciones españolas entre los países terceros fueron Japón, 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 50% de las compras de agroalimentarias de España se realizan en la UE, aunque en los últimos años también se ha producido un incremento de las importaciones desde países terceros.

COMERCIO AGROALIMENTARIO DE LA UE

En la Unión Europea, las exportaciones agroalimentarias ascendieron en 2022 a un total de 229.800 millones de euros, mientras que las importaciones sumaron 171.800 millones de euros. Por tanto, la balanza comercial tuvo un saldo positivo por valor de 58.000 millones de euros. Ese año, las exportaciones agroalimentarias aumentaron en valor en 31.700 millones, mientras que las importaciones lo hicieron en 41.600 millones, según los datos de la Comisión Europea.

Dentro de las importaciones destacaron las compras de harina de soja y de café, mientras que en el grupo de las exportaciones sobresalieron por su valor los preparados de cereales y el vino. El valor de todas las categorías de productos exportados aumentó en 2022, con la excepción del grupo de las frutas las hortalizas y los frutos secos.

La UE fue un exportador neto de productos de origen animal en 2022. El valor de las ventas alcanzó los 45 000 millones de euros, un 10% más que un año antes.

El Reino Unido siguió siendo, con diferencia, el primer destino de las exportaciones agroalimentarias de la UE, y representó una quinta parte del total de las ventas. Por su lado, Estados Unidos ocupó el segundo lugar, con el 13% de las exportaciones en 2022 y China completó el trío con el 7%.

En todos estos países aumentaron las exportaciones, pero en otros, como es el caso de Rusia, se registró un descenso de las ventas debido a los efectos de la guerra de Ucrania. ■

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

PRODUCTO	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
	2021	2022	2021	2022
ACEITE DE GIRASOL	685,2	1.194,6	589,2	720,9
ACEITE DE OLIVA	478,6	706,9	191,2	213,2
ALMENDRA (cáscara y grano)	449,1	535,4	126,4	125,8
ANIMALES VIVOS VACUNO	244,6	240,9	83,6	70,8
ARROZ	153,84	262,7	288,1	414,9
ARTÍCULOS DE CONFITERÍA sin cacao	127,6	169	39,8	45,2
AZÚCAR DE CAÑA O REMOLACHA	567	816,6	1.223	1.422,5
PIMIENTA	146,4	181,5	78,6	75,5
CAFÉ	931,4	1.374	339,2	376,3
CARNE DE AVES	308,7	503,4	137,26	159,5
CARNE DE PORCINO	211,3	235,2	124,9	109,8
CARNE DE VACUNO	611,2	847,2	106,9	112,8
CEBADA	130,4	435,9	541,8	1.329,8
CERVEZA DE MALTA	324,6	359,8	542,2	528,6
CHOCOLATE	607,8	688,8	154,4	160,8
CRUSTÁCEOS	1.377,6	1.535,3	202,7	198,6
GARBANZOS	28,7	41,12	36	35,5
HABAS DE SOJA	1.712,3	1.954,3	3.657	3.234
JUDÍAS SECAS	56,9	73	51,5	56,9
JUDÍAS VERDES	135,4	147	118	114,02
KIWIS	263,2	244	159,3	140,3
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	93,9	127,7	132,3	162,2
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	194,1	289,9	81,4	93,6
LENTEJAS	26	40,3	39,2	38
MAÍZ	1.846,6	3.491	8.294,9	1.1277,7
MANZANAS	156,9	150,3	184,6	195,5
MERLUZA	135,5	144,5	30,7	29,9
MOLUSCOS	1.967,6	2.376,1	406,5	417
PATATA FRESCA	235,2	363,9	890	1.056,7
PIÑA	115,9	134,2	170,4	160,7
PLÁTANOS Y BANANAS	200,64	259,1	369,7	403,7
QUESOS Y REQUESÓN	1.129,14	2.376,1	310,4	358,4
RON	129,9	166,5	38,3	46,3
SALMONES DEL ATLÁNTICO	360,7	486,7	59,3	61,9
SEMILLAS DE GIRASOL	250	481,9	356	561,2
TOMATES FRESCOS	156,4	206,3	178,1	188
TRIGO	1.023,5	1.738,3	4.033	4.926
VINO	252,2	282,5	72,7	69,7
WHISKY	261,3	362,8	54,5	67,9
YOGURES	149,3	194,8	113,5	127,3

Fuente: DATACOMEX

Industria alimentaria



Durante 2022, todos los sectores económicos se encuentran inmersos en un entorno cambiante que todavía acusa el esfuerzo de recuperación por conseguir unos niveles de actividad similares a los existentes antes de la pandemia pero que se encuentran con los efectos del conflicto bélico entre Rusia y Ucrania que ha supuesto una crisis energética global con una elevación de los costes y los precios. Bajo esa complejidad macroeconómica, la industria de alimentación y bebidas ha afrontado el año 2022 con una subida de los costes de producción y, por tanto, efectos negativos sobre los resultados empresariales.

Como resultado, y a pesar de las dificultades de este escenario, la industria alimentaria ha aumentado la producción por encima del 17% pero una vez aplicado el factor de corrección de los precios esta cifra se reduce a un crecimiento del 1,5%. El valor añadido bruto también ha experimentado un buen comportamiento, representa el 19,3% de la industria manufacturera y cerca de un 2,5% del total de la economía española, tal y como recoge la información que aporta la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB).

En 2022, la producción de la industria de alimentación y bebidas alcanzó un valor de 181.123 millones de euros, con un avance significativo del 17,3% frente al ejercicio anterior, pero cerca del 90% del incremento de esa facturación corresponde al crecimiento de los costes de producción (la inflación en costes se cuantifica en un 15,6%, la más elevada en los últimos catorce años). Los cálculos de la FIAB, descontando el efecto de los precios, sitúan la producción en un valor próximo a los 145.000 millones de euros, con un avance de 1,5%. Respecto al valor añadido bruto, la industria de alimentación y bebida avanza un 4,1%, inferior al conjunto de la industria (11,7%). Con estas cifras, la actividad de esta rama industrial supone cerca del 2,5% valor añadido bruto nacional y representa el 14,0% del conjunto de la industria española y el 19,3% de las manufacturas.

El subsector más importante en la industria de alimentación es la industria cárnica, que representa el 23,9% del valor añadido bruto, seguido por comidas para animales (14,0%), aceites y grasas (8,9%) y transformación de frutas y hortalizas (7,6%) y leche y productos lácteos (7,6%). Estos cinco sectores suponen cerca de

dos terceras partes de la producción total (su aportación conjunta asciende al 62,0%).

En 2022, la industria de alimentación y bebidas ha reducido su dimensión constatando un ligero descenso del -0,3% en el número de empresas, 101 menos que en el periodo anterior. A pesar de la reducción de empresas existe un tejido empresarial consolidado que cuenta con un total de 30.159 empresas. Aunque las empresas de menos de 10 asalariados siguen siendo mayoritarias en el sector (concretamente, 23.792 empresas), los procesos de emprendimiento han aumentado el protagonismo de las empresas de mayor tamaño, cuya demografía se presenta como la más estable. La distribución por tamaño centra el avance en las empresas de más de 1.000 trabajadores (aparecen 5 nuevas con respecto al año anterior). Desde la perspectiva sectorial, las empresas de aceites, bebidas y otros productos experimentan un comportamiento positivo aumentando en número.

Durante los últimos años han sido intensos los esfuerzos realizados por la industria alimentaria para mejorar sus ratios de productividad. La valoración de la productividad aparente del factor trabajo de la industria de alimentación y bebidas, sin considerar el impacto negativo derivado de los niveles de inflación, supone significativos ascensos del 9,2%. En el año 2022, la industria alimentaria ha marcado el valor de su productividad real en 55.489,4 euros (30,0 euros por hora trabajada). Sin embargo, la producción generada por cada puesto de trabajo se elevaba hasta 71.365 euros (38,5 euros por hora trabajada) pero asumiendo la presión de costes las ganancias de productividad se diluyen.

El análisis sectorial indica que la industria cárnica emplea a 109.833 personas, lo que supone un 23,9%

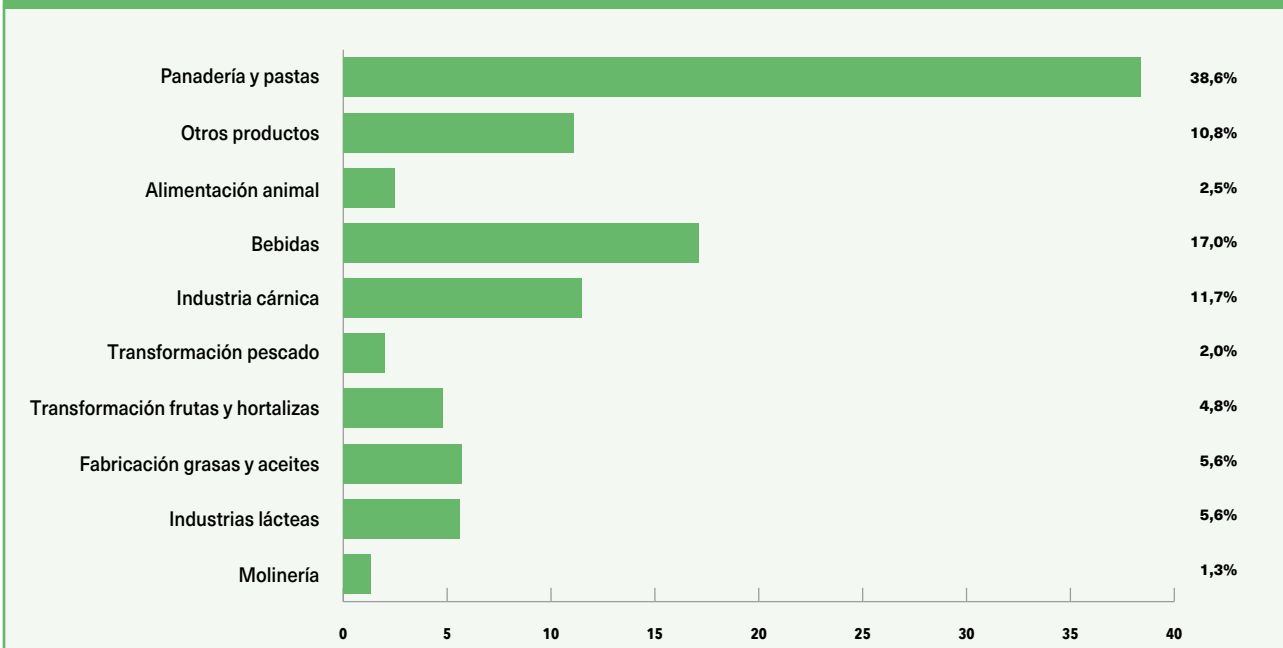
del total del empleo en el sector y, junto a panadería y pastas alimenticias (92.628 ocupados y un 20,2%), representan el 44,1%. El siguiente en importancia es la fabricación de bebidas con 84.928 ocupados, un 18,5%. A continuación, la preparación y conservación de frutas y hortalizas con 41.369 empleos (9,0% de participación); además, los productos lácteos también recogen 27.312 empleados, un 5,9% del total del sector de la alimentación.

En este escenario, la internacionalización destaca como puntal de crecimiento de la industria de alimentación y bebidas. En 2022, de nuevo, el sector repite su actuación en el mercado internacional, con un registro de 41.643 millones de euros en exportaciones. La industria alimentaria española disminuye su volumen de ventas en un -7,2% aunque, por el contrario, se produce un aumento del 9,0% en términos de valor que se justifica por la notable elevación de los precios de exportación (en torno al 16,2%). La internacionalización es una oportunidad para mejorar la competitividad de las empresas y llegan a registrarse 18.902 empresas exportadoras. Por mercados, se destinan a la Unión Europea más de la mitad del total de las exportaciones (primer socio comercial), encabezadas por Francia (14,7% sobre el total) y seguidas de Portugal (10,8%) y de Italia (9,9%). Fuera de la Unión Europea, el primer socio extracomunitario es Estados Unidos, alcanzando un porcentaje del 5,5% sobre el total, seguido de China con un 5,4%. En cuanto a las compras exteriores, una vez reducidos los efectos de la crisis de la COVID-19, el volumen de importaciones también se ha recuperado (se contabilizan 31.003 millones de euros). Sin embargo, la balanza comercial sigue arrojando un saldo positivo de 10.640 millones de euros, dentro de una tendencia creciente que se viene manifestan-

DATOS BÁSICOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ESPAÑA										
	CÁRNICA	PESCADO	FRUTAS Y HORTALIZAS	ACEITES	LÁCTEOS	MOLINERÍA	PANADERÍA Y PASTAS	OTROS PRODUCTOS	ALIMENTACIÓN ANIMAL	BEBIDAS
NÚMERO DE EMPRESAS	3.477	599	1.445	1.707	1.694	389	11.591	3.337	759	5.161
VALOR DE LA ACTIVIDAD (MILLONES EUROS)	33.543	5.829	10.720	12.464	10.704	5.092	10.140	13.436	19.655	18.805
INDICE DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL (2015=100)	105,5	92,0	98,9	82,7	102,3	108,7	101,6	116,8	111,3	111,2
OCUPADOS	109.833	21.782	41.369	12.374	27.312	7.001	92.628	48.233	13.890	84.928
HORAS MEDIAS TRABAJADAS POR OCUPADO	1.717	1.713	1.707	1.575	1.663	1.665	1.459	1.650	1.696	1.590
GASTOS DE PERSONAL	3.397	644	1.113	400	931	265	2.096	1.651	531	3.547
SALARIO MEDIO POR OCUPADO	30.929	29.573	26.904	32.319	34.099	37.809	22.624	34.237	38.195	41.768

FUENTE: Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB, 2023).

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



FUENTE: Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB, 2023).

do desde 2008 (este año hay un ligero retroceso en el crecimiento).

Los esfuerzos en I+D+i de la industria alimentaria siguen siendo significativos durante los últimos años a pesar de la incertidumbre de la actividad económica. El componente innovador de la industria de alimentos y bebidas ha estado presente prácticamente en el mismo número de empresas desde el año 2020. Esta estabilidad se traduce en dos implicaciones claras: las empresas de menor tamaño del sector han dotado más fondos para I+D que el conjunto de la industria (su número se ha reducido pasando a ser 613, 13 menos que el año pasado) y, por otro lado, las empresas de mayor tamaño han seguido también un perfil de crecimiento más intenso que el registrado en la economía en general (las empresas innovadoras con más de 250 trabajadores ha aumentado, computándose un total de 147, 12 más que en el ejercicio anterior).

Concretamente, de las 11.828 empresas que han realizado actividades de I+D+i, un 40,6% se ubican en el sector industrial y, de estas, el 15,8% son empresas ligadas concretamente al sector de la alimentación, bebidas y tabaco. En las empresas alimentarias, la autofinanciación de las actividades innovadoras es la práctica más habitual y alcanza el 90,1% de los recursos disponibles para llevar a cabo I+D+i. ■



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. Durante los últimos años, caracterizados por los efectos de la pandemia, la guerra de Rusia y Ucrania y los incrementos de costes y precios, el comercio y las actividades distributivas han sido consideradas como esenciales para la sociedad.

Con carácter general, en el conjunto de la estructura distributiva se advierte una significativa participación de las actividades minoristas de alimentación. Sobre el total de empresas dedicadas al comercio detallista, un 19,4% 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 105.372 vinculados al comercio especializado de alimentación y bebidas.

Atendiendo al conjunto de la población, se calcula que existen en España 2,2 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 (2,8 locales/1.000 habitantes) y Cataluña, Navarra y Castilla y León (2,6 locales/1.000 habitantes en los tres casos).

Los establecimientos de libre servicio han aumentado su cuota de mercado durante los últimos años incrementando el número de establecimientos y la super-

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

Nº EMPRESAS	91.650
Nº LOCALES	105.372
CIFRA DE NEGOCIOS (Miles euros)	22.747.762
VALOR DE LA PRODUCCIÓN (Miles euros)	6.153.349
INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES (Miles euros)	179.963
PERSONAL OCUPADO (Media anual)	233.921
PERSONAL REMUNERADO (Media anual)	144.601

Fuente: Elaboración propia con datos de INE (2023).

ficie de venta. En 2022, se contabilizaron 24.014 establecimientos de libre servicio (512 hipermercados y 23.502 supermercados); la superficie comercial de estos establecimientos asciende a 14.601.530 m².

Por comunidades autónomas, destaca la concentración de la superficie de establecimientos de libre servicio en Andalucía (19,2%), Cataluña (18,3%), Comunidad de Madrid (9,3%) y Comunidad Valenciana (9,0%). Atendiendo a la población, la mayor dotación se localiza en Cantabria (367,2 m²/1.000 habitantes), Galicia (360,4 m²/1.000 habitantes), Asturias (354,8 m²/1.000 habitantes), y Comunidad Valenciana (349,9,0 m²/1.000 habitantes) mientras que la menor está en la Comunidad de Madrid (249,2 m²/1.000 habitantes), Murcia (295,1 m²/1.000 habitantes), País Vasco (296,5 m²/1.000 habitantes), y Canarias (297,0 m²/1.000 habitantes). ■

ESTABLECIMIENTOS EN RÉGIMEN DE LIBRESERVICIO

	Número	Superficie total		Superficie de alimentación (*)	
		m ²	%	m ²	%
HIPERMERCADOS	512	1.865.403	12,8	932.702	8,4
Hipermercado pequeño	207	431.082	2,9	215.541	1,9
Hipermercado grande	305	1.434.321	9,8	717.161	6,4
SUPERMERCADOS	23.502	12.754.127	87,2	10.203.302	91,6
Hasta 399 m ²	13.089	2.428.115	16,6	1.942.492	17,4
De 400 m ² a 999 m ²	5.692	3.594.275	24,6	2.875.420	25,8
Mas de 1.000 m ²	4.721	6.731.737	46,0	5.385.390	48,4
TOTAL	23.484	14.619.530	100,0	11.136.003	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 (2023).

Evolución de las ventas minoristas

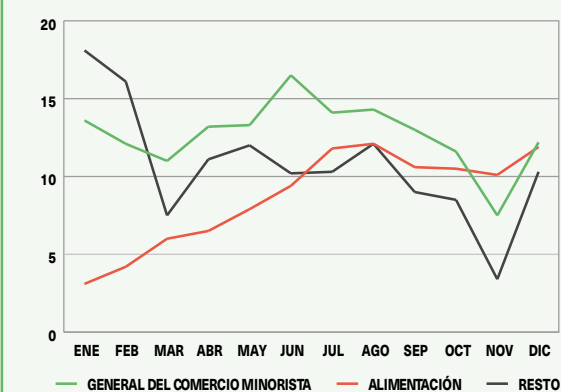
El comercio al por menor, considerando la serie corregida de efectos estacionales y de calendario, registró en el conjunto del año 2022 un incremento interanual en sus ventas del 12,2%. Todavía con incertidumbre, comienzan a superarse los efectos negativos de la pandemia, los conflictos de Rusia y Ucrania aunque distorsionan las notables elevaciones de costes y precios en las actividades de distribución. De forma más precisa, los productos de alimentación se reducen un -2,1%, se incrementan un 14,9% los productos de equipamiento personal, un 6,0% otros bienes. También se registra un ligero ascenso del 0,2% en productos de equipamiento del hogar.

La desagregación del *Índice de comercio al por menor*, según los distintos modos de distribución y considerando también las series corregidas, muestra variaciones positivas de las ventas en las distintas fórmulas comerciales respecto al año anterior (por ejemplo, las pequeñas cadenas ganan un 13,5% en su volumen de ventas mientras que las grandes cadenas aumentan un 11,9% en esa misma variable).

Por otra parte, en el conjunto del año 2022 y teniendo en cuenta la información de las series originales, todas las comunidades autónomas aumentan sus ventas respecto al año anterior. Las que presentan los mayores



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 (2023).

ascensos, por encima de la media nacional, son Baleares (14,1%), Canarias (14,0%), Comunidad Valenciana (12,1), Baleares (7,0%), Comunidad de Madrid (11,3%), Navarra (11,2%) y Cantabria y Castilla y León (10,6%, en ambos casos).

El análisis de la evolución de las ventas del comercio minorista, comparando los valores alcanzados en cada uno de los meses del año 2022 con los valores obtenidos en ese mismo mes durante el año anterior, refleja una tendencia alcista aunque con notables variaciones de distinta intensidad en función de los meses y las familias de productos. El *Índice de Alimentación* ha evolucionado con tasas positivas en casi todos los meses con variaciones más elevadas hasta agosto que vuelven a repuntar a final de año. En cuanto al *Índice de General* también se observa una evolución alcista con todas las tasas de variación positivas y elevadas especialmente en la primera parte del año. ■

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

	Variación índice de ventas 22/21	Variación índice ocupación 22/21
Empresas unilocalizadas	5,4	1,2
Pequeñas cadenas	13,5	-0,1
Grandes cadenas	13,2	1,6
Grandes superficies	11,9	-2,4
Índice General	12,2	0,7

Fuente: INE (2023).

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,...).

Conforme a la información ofrecida por la consultora NPD Group (recientemente fusionada con IRI, que han creado la nueva empresa Circana), en 2022, el gasto de los españoles en restauración -bares, restaurantes, establecimientos de comida rápida y otros canales periféricos como el vending, gasolineras o comedores de empresa- sumó 37.600 millones de euros, lo que representa un aumento cercano al 30% respecto al año anterior. Este buen resultado se fundamenta en la pro-

gresiva recuperación de las visitas a los establecimientos, así como a la subida de precios al consumidor final como consecuencia del encarecimiento de costes.

En 2022, se registraron un total de 6.985 millones de visitas, un 20% más que el año pasado, pero todavía un 7% por debajo de las contabilizadas en el último año prepandemia. Respecto a los precios, mientras que el IPC en restauración se incrementa el 7,6%, el gasto promedio por ocasión crece en menor medida (3%-4% respecto al 2021). En consecuencia, los españoles están aplicando diversas medidas de ajuste para mantener las ocasiones de consumo fuera del hogar sin incrementar en exceso el gasto; se advierten algunos cambios como, por ejemplo, acudir a establecimientos de menor precio, sustituir los platos y bebidas con precio más elevado por opciones más económicas, reducir el consumo de bebidas alcohólicas o buscar menús con precio cerrado.

También según NPD Group, el consumidor español es especialmente social, y después de las restricciones de la pandemia, la temporada de verano y las fiestas de Navidad han sido los periodos más relevantes para



DATOS BÁSICOS SOBRE EL SECTOR DE RESTAURACIÓN, 2022

	EMPRESAS		LOCALES	
	Nº	%	Nº	%
Restaurantes y puestos de comidas	72.536	29,2	83.879	30,0
Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas	15.120	6,1	19.747	7,1
Establecimientos de bebidas	160.673	64,7	175.890	62,9
Total servicios de comidas y bebidas	248.329	100,0	279.516	100,0

Fuente: Elaboración propia con datos del Directorio Central de Empresas (INE, 2023).

el sector de la restauración. Uno de los principales dinamizadores de la recuperación de las ocasiones de consumo ha sido salir a tomar algo con amigos, que ha crecido más de un 30%, mientras que, por el contrario, las ocasiones asociadas a la actividad laboral se han reducido un 15% respecto a los niveles prepandemia. Además, esta recuperación del sector ha estado especialmente en las ocasiones de consumo realizadas en el establecimiento, sin implicar este avance un retroceso en el negocio de los canales de servicio delivery o para llevar (muy relevantes en los años anteriores).

En el mismo sentido, un informe elaborado por Alimarket evalúa la actividad realizada por las principales compañías y grupos de restauración organizada, Informe 2023 de Grupos de Restauración Organizada en España. Así pues, los principales operadores de restauración organizada cerraron el ejercicio 2022 con una oferta de 14.722 establecimientos, un 3% superior al 2021 -casi un 9% más que en 2020-. Según Alimarket, los diez primeros grupos de restauración organizada absorben el 38% del total de locales aunque van perdiendo cuota en favor de operadores de menor tamaño. En cuanto al modelo de explotación, la franquicia pierde cuota, frente a un desarrollo en propiedad, respaldado por inversores y acuerdos de master franquicia sobre marcas internacionales.

Por otra parte, el Observatorio Sectorial DBK indica que el valor de mercado de la comida rápida mantuvo en 2022 la tendencia de fuerte crecimiento del año anterior, en un contexto marcado por el buen comportamiento del consumo privado, la notable recuperación de la actividad turística y la subida de los precios. De este modo, las ventas totales de estos establecimientos fueron de 4.680 millones de euros, con un crecimiento del 18,6% con respecto al año anterior -en 2021, aumentaron un 27,3%-. En 2022, las ventas en mostrador recuperaron las cifras previas a la crisis sanitaria, contabilizando un crecimiento del 19,7% y una facturación de 3.405 millones de euros. Por su parte, los ingresos derivados del servicio delivery registraron cierta moderación aunque llegaron a incrementarse un 15,9% respecto a 2021 -concretamente, hasta los 1.275 millones de euros, es decir, el 27% del negocio total-.



Por tipo de establecimiento, las ventas de las hamburgueserías crecieron más de un 25%, situándose en 2.810 millones de euros, el 60% del total. A continuación, figuran las pizzerías, que con una cifra de 745 millones fue el segmento menos dinámico (aumentan un 4,2%). El segmento de bocadillerías creció alrededor del 8% y obtuvo unas ventas de 515 millones, mientras que el grupo de otros establecimientos mostró un notable dinamismo, incrementándose un 17,3% (610 millones de euros).

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

Consumo alimentario

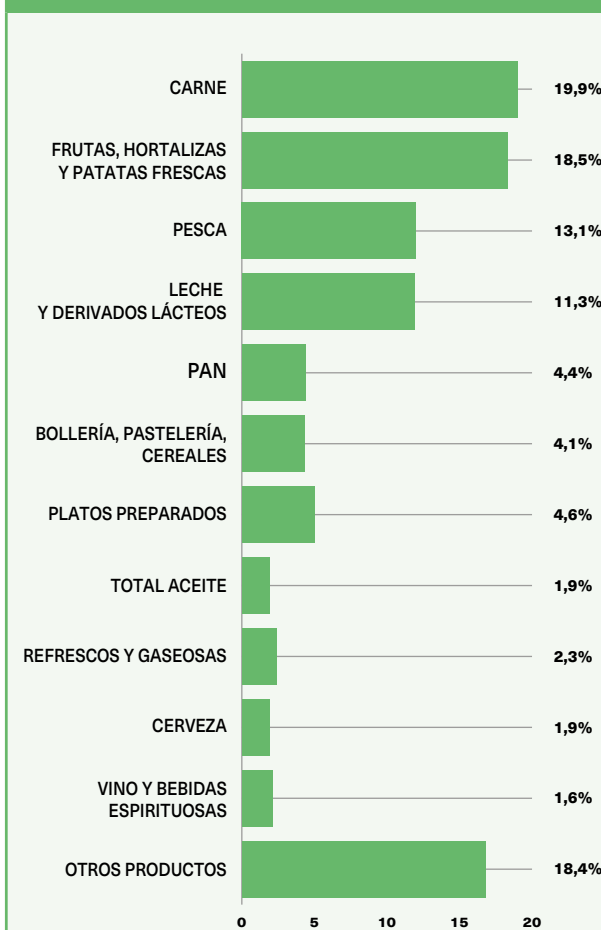


La información aportada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación determina que el gasto total en alimentación y bebidas ascendió a 107.780,5 millones de euros en 2022. La participación de los hogares en este gasto se cifra en 73.893,4 millones de euros –un 68,6%– mientras que los establecimientos de hostelería y restauración alcanzaron un gasto de 33.887,1 millones de euros –un 31,4%–. El volumen de gasto y el reparto del mismo recupera la tendencia de años anteriores tras las notables diferencias de los últimos ejercicios motivadas por los efectos de la COVID-19.

Durante el año 2022 se produjo un ascenso del gasto alimentario con respecto al año anterior (2,7%), motivado por la recuperación del consumo extrado-méstico (11,5%) puesto que en la alimentación del hogar existe un ligero efecto negativo (-0,9%) después de las fuertes subidas de ejercicios anteriores.

En la demanda de alimentación de los hogares españoles siguen primando los productos frescos; así pues, la carne supone un 19,0% sobre el gasto total; las patatas, frutas y hortalizas frescas un 18,3%; los pescados un 12,0%; y, el gasto en pan alcanza el 4,4%. Al mismo tiempo, también se configuran como partidas relevantes en el gasto alimentario la leche y derivados lácteos (11,9% sobre el gasto total), los productos de bollería y pastelería (4,3%), el aceite de oliva (1,9%) o los platos preparados (5,0%). ■

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2022



Fuente: MAPA (2023).

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN, 2022

GASTO TOTAL ALIMENTACIÓN 107.780,5 millones de euros Δ 2022-21: 5,1%	GASTO ALIMENTACIÓN EN EL HOGAR 73.893,4 millones de euros Δ 2022-21: -0,9%	COMERCIO ESPECIALIZADO 11.924,2 millones de euros (16,1%) Δ 2022-21: -3,7%
		SUPERMERCADOS 44.879,7 millones de euros (60,7%) Δ 2022-21: 1,0%
		HIPERMERCADOS 9.702,6 millones de euros (13,1%) Δ 2022-21: -3,5%
		ECONOMATOS Y COOPERATIVAS 247,8 millones de euros (0,3%) Δ 2022-21: 11,8%
		MERCADILLOS 670,1 millones de euros (0,9%) Δ 2022-21: 4,0%
		VENTA A DOMICILIO 523,7 millones de euros (0,7%) Δ 2022-21: -11,6%
		AUTOCONSUMO 1.142,6 millones de euros (1,5%) Δ 2022-21: -9,1%
		VENTA INTERNET 1.591,3 millones de euros (2,1%) Δ 2022-21: -9,4%
		OTROS CANALES DE VENTA 3.212,3 millones de euros (4,6%) Δ 2022-21: 0,5%
		HIPERMECADOS, SUPERMERCADOS, G ALMACENES 2.812,6 millones de euros (8,3%) Δ 2022-21: -1,6%
		RESTAURANTES 11.894,4 millones de euros (35,1%) Δ 2022-21: 48,0%
		BARES Y CAFETERÍAS 13.724,3 millones de euros (40,5%) Δ 2022-21: 14,5%
		PANADERÍAS Y PASTELERÍAS 406,6 millones de euros (1,2 %) Δ 2022-21: -3,2%
		TIENDAS CONVENIENCIA Y ESTACIONES SERVICIO 1.118,3 millones de euros (3,3%) Δ 2022-21: -20,1%
HOTELES 203,3 millones de euros (0,6%) Δ 2022-21: 3,7%		
MÁQUINAS DISPENSADORAS 508,3 millones de euros (1,5%) Δ 2022-21: 0,8%		
SERVICIOS EN LA EMPRESA 406,6 millones de euros (1,2%) Δ 2022-21: -14,6%		
OTROS CANALES DE VENTA 2.812,7 millones de euros (8,3%) Δ 2022-21: 32,1%		
GASTO ALIMENTACIÓN EXTRADOMÉSTICO 33.887,1 millones de euros Δ 2022-21: 21,0%		

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2023).

CONSUMO Y GASTO ALIMENTARIO (HOGARES), 2022

	CONSUMO			GASTO		
	Millones de kilos o litros	Kilos o litros per cápita	% sobre total	Millones de euros	Euros per cápita	% sobre total
HUEVOS (Kilos)	375,2	8,1	1,4	1.111,9	24,0	1,5
CARNE	1.807,0	39,1	6,7	14.042,4	303,6	19,0
CARNE FRESCA	1.276,2	27,6	4,7	8.917,9	192,8	12,1
CARNE CONGELADA	43,1	0,9	0,2	220,1	4,8	0,3
CARNE TRANSFORMADA	487,7	10,5	1,8	4.904,4	106,0	6,6
PESCA	887,4	19,2	3,3	8.861,4	191,6	12,0
PESCADOS	462,1	10,0	1,7	4.292,9	92,8	5,8
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS	238,1	5,1	0,9	2.384,2	51,5	3,2
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	187,2	4,0	0,7	2.184,4	47,2	3,0
LECHE LIQUIDA	3.026,0	65,4	11,2	2.523,6	54,6	3,4
OTRAS LECHES	24,9	0,5	0,1	169,0	3,7	0,2
DERIVADOS LÁCTEOS	1.513,4	32,7	5,6	6.241,6	134,9	8,4
PAN	1.292,2	27,9	4,8	3.254,1	70,4	4,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	585,5	12,7	2,2	3.174,2	68,6	4,3
CHOCOLATES Y CACAOS	151,7	3,3	0,6	1.248,7	27,0	1,7
ARROZ	177,0	3,8	0,7	352,4	7,6	0,5
PASTAS	190,6	4,1	0,7	476,5	10,3	0,6
AZÚCAR	120,3	2,6	0,4	140,3	3,0	0,2
LEGUMBRES	154,4	3,3	0,6	313,3	6,8	0,4
ACEITE	476,6	10,3	1,8	1.781,1	38,5	2,4
ACEITE DE OLIVA	335,7	7,3	1,2	1.432,9	31,0	1,9
ACEITE DE GIRASOL	125,20	2,71	0,5	299,48	6,47	0,4
MARGARINA	22,9	0,5	0,1	104,5	2,3	0,1
ACEITUNAS	111,0	2,4	0,4	368,4	8,0	0,5
VINOS Y DERIVADOS	337,7	7,3	1,3	1.075,9	23,3	1,5
ESPUMOSOS	24,4	0,5	0,1	136,4	2,9	0,2
CERVEZAS	938,6	20,3	3,5	1.388,0	30,0	1,9
SIDRA	16,5	0,4	0,1	48,3	1,0	0,1
WHISKY	7,8	0,2	0,0	103,5	2,2	0,1
GINEBRA	5,9	0,1	0,0	83,3	1,8	0,1
RON	3,7	0,1	0,0	50,5	1,1	0,1
ZUMO Y NÉCTAR	317,3	6,9	1,2	376,0	8,1	0,5
PATATAS	1.222,0	26,4	4,5	1.333,1	28,8	1,8
HORTALIZAS FRESCAS	2.322,7	50,2	8,6	4.945,7	106,9	6,7
FRUTAS FRESCAS	3.731,1	80,7	13,8	7.242,8	156,6	9,8
FRUTOS SECOS	149,7	3,2	0,6	1.210,6	26,2	1,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	556,3	12,0	2,1	1.381,8	29,9	1,9
PLATOS PREPARADOS	757,1	16,4	2,8	3.669,9	79,3	5,0
CAFÉS E INFUSIONES	83,3	1,8	0,3	1.441,0	31,2	2,0
SALSAS	126,4	2,7	0,5	577,5	12,5	0,8
AGUA DE BEBIDA ENVASADA	2.973,1	64,3	11,0	630,3	13,6	0,9
REFRESCOS Y GASEOSAS	1.706,1	36,9	6,3	1.744,9	37,7	2,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	26.987,7	583,5	100,0	73.893,4	1.597,6	100,0

Fuente: MAPA (2023).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2021-2022

	CONSUMO	GASTO
PRINCIPALES INCREMENTOS 2021-2022	Café en cápsulas (950,2%)	Café en cápsulas (3.444,9%)
	Zumo enriquecido con calcio y vitaminas (476,8%)	Aceite de soja (786,4%)
	Aceite de soja (415,9%)	Zumo enriquecido con calcio y vitaminas (385,7%)
	Anís (39,7%)	Carne de caballo (70,8%)
	Castañas (28,1%)	Aceite de orujo (69,5%)
	Vino ecológico (22,95%)	Tortillas refrigeradas sin gluten (46,7%)
	Café soluble (23,59%)	Queso sin lactosa (45,1%)
	Queso de bola (28,3%)	Aceite de girasol (41,3%)
	Natillas sin gluten (20,2%)	Natillas sin gluten (38,3%)
	Zumos de hortalizas (17,0%)	Zumo de hortalizas (36,6%)
PRINCIPALES DISMINUCIONES 2021-2022	Sucedáneos de café (-85,7%)	Sucedáneos de café (-91,1%)
	Trucha ahumada (-53,0%)	Carne congelada de vaca (-40,9%)
	Batido yogur sin lactosa (-51,3%)	Carne de avestruz (-38,2%)
	Carne de avestruz (-46,3%)	Fruta escarchada (-37,8%)
	Pulpo congelado (-46,1%)	Pulpo congelado (-36,3%)
	Vino tranquilo extranjero (-44,2%)	Batidos con cereal (-34,9%)
	Carne congelada de vaca (-41,5%)	Trucha ahumada (-33,6%)
	Lenguado congelado (-39,9%)	Lenguado congelado (-33,6%)
	Rodaballo (-36,9%)	Jamón ibérico entero (-32,2%)
	Cerveza artesanal (-35,0%)	Vinos de aguja (-28,4%)

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2023).

MÁS

CONTIGO

MÁS SOSTENIBILIDAD, MÁS DIGITALIZACIÓN
Y MÁS INNOVACIÓN PARA AVANZAR MÁS.
MÁS CONOCIMIENTO... PARA COMPARTIRLO
PARA CRECER JUNTOS.

MÁS A TU LADO. ESTANDO MÁS CERCA.
MÁS CONTIGO.

ESTÁ EN NUESTRO ADN, AGRO Y COOPERATIVO.

 **cajamar**
CAJA RURAL

Así somos nosotros.
Puro ADN Agro.



Gasto y consumo per cápita en hogares

Durante el año 2022, el gasto por persona en alimentos y bebidas para consumo en el hogar se cifra en 1.597,6 euros. En consecuencia, la media de gasto mensual en productos alimentarios se situó en 133,1 euros, ligeramente inferior al del ejercicio anterior una vez que se va reestructurando el patrón de gasto tras la pandemia.

La carne es el producto más demandado y cada español gastó el año pasado 303,6 euros en los 39,1 kilos per cápita consumidos. El gasto por individuo en productos del mar asciende a 191,6 euros y supone un consumo de 19,2 kilos por persona.

Las frutas y hortalizas, tanto frescas como transformadas, tienen un protagonismo notable en la demanda del consumidor español. Durante 2022, en términos medios, cada individuo consumió 80,7 kilos de frutas frescas, 76,6 kilos de hortalizas y patatas frescas y 12,0 kilos de frutas y hortalizas transformadas; en cifras de gasto per cápita, el consumo referido supuso 156,6 euros, 135,7 euros y 29,9 euros, respectivamente.

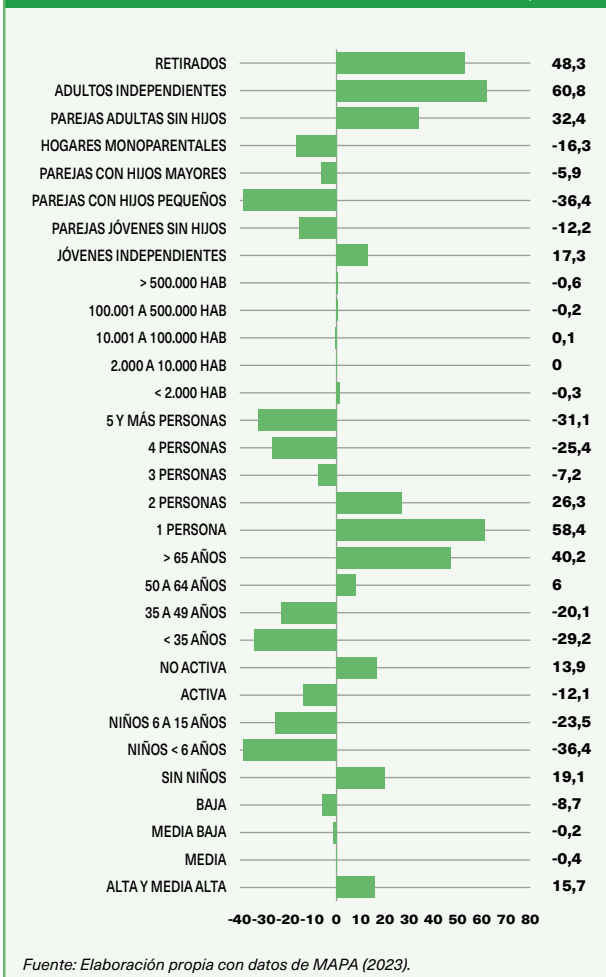
El gasto y el consumo en leche líquida y derivados lácteos también resulta notable en los hogares españoles. Por persona, se cuantifica un consumo de 65,4 litros de leche y un gasto de 54,6 euros mientras que los productos lácteos alcanzan, también en cifras per cápita, un gasto de 134,9 euros y un consumo de 32,7 kilos.

En términos medios, durante 2022 cada español consumió 27,9 kilos de pan, 12,7 kilos de bollería y pastelería y 16,4 kilos de platos preparados que, en términos de gasto per cápita, supusieron 70,4 euros, 68,6 euros y 79,3 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 2022 cada español consumió 7,3 litros de aceite de oliva y gastó 31,0 euros en este producto; el consumo per cápita de vino ascendió a 7,3 litros y supuso un gasto de 23,3 euros por persona; finalmente, el gasto en huevos llegó a 24,0 euros y se corresponde con los 130 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

CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTACIÓN EN HOGARES (% DESVIACIÓN CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL), 2022



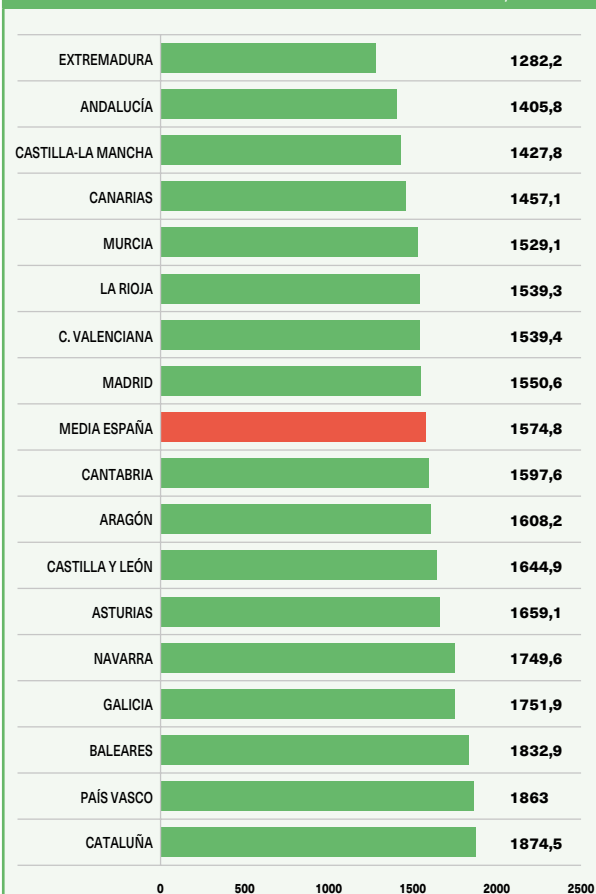
componen el hogar, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la situación en el mercado laboral del encargado de realizar las compras o la edad del mismo son variables que intervienen significativamente en la decisión de compra de alimentos y bebidas.

El gasto en alimentos y bebidas también fue dispar por comunidades autónomas durante el año 2022. Así pues, la media de 1.597,6 euros per cápita a nivel nacional se ve claramente excedida en Cataluña (1.874,5), País Vasco (1.863,0), Navarra (1.832,9), Baleares (1.751,9), y Asturias (1.749,6) mientras que sucede lo contrario en Extremadura (1.282,2), Andalucía (1.405,8), Castilla-La Mancha (1.427,8), Cantabria (1.457,1), Canarias (1.529,1) y La Rioja (1.539,3). ■

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 (46,2 kilos) y el menor en Cantabria (31,3 kilos).
- Para el pescado, en Asturias se consumen 24,5 kilos mientras que en Canarias se llega a 14,5 kilos.
- Las principales diferencias en el consumo de aceite de oliva se encuentran entre Galicia (9,9 litros) y Región de Murcia y Castilla-La Mancha (4,5 litros en ambos casos).
- Navarra es la comunidad que más hortalizas frescas consume (64,8 kilos) mientras que La Rioja tiene los registros más reducidos (37,3 kilos).
- En frutas frescas, el mayor consumo corresponde a Navarra (108,7 kilos) mientras que el menor está en Extremadura (67,2 kilos).
- Región de Murcia es la comunidad que menos vino consume (4,8 litros) mientras que Cataluña alcanza los valores más elevados (10,7 litros).

GASTO PER CÁPITA EN ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (EUROS) (HOGARES), 2022



Fuente: MAPA (2023).

CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (HOGARES), 2022

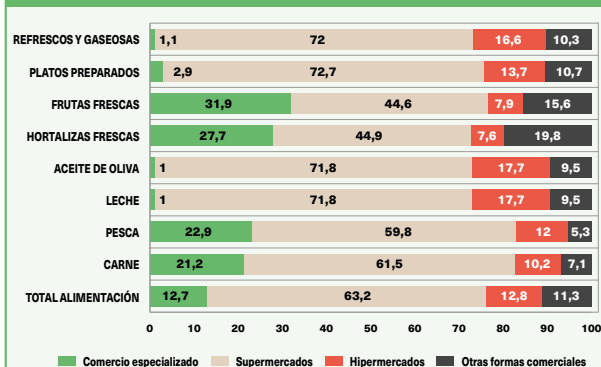
	CARNE (kilos)	PESCA (kilos)	ACEITE DE OLIVA (litros)	HORTALIZAS FRESCAS (kilos)	FRUTAS FRESCAS (kilos)	VINO Y DERIVADOS (litros)
CATALUÑA	41,8	20,3	8,2	61,2	88,1	10,7
ARAGÓN	41,6	19,9	7,2	59,1	81,9	6,2
BALEARES	38,8	18,6	8,0	54,2	82,4	9,4
C. VALENCIANA	39,4	17,5	5,0	52,6	74,4	6,2
REGIÓN DE MURCIA	39,1	18,0	4,5	52,3	82,2	4,8
ANDALUCÍA	35,4	18,2	7,2	45,2	70,3	6,7
COMUNIDAD DE MADRID	38,0	18,1	6,8	46,9	79,0	5,9
CASTILLA-LA MANCHA	42,5	18,6	4,5	43,1	74,1	5,3
EXTREMADURA	33,0	16,3	5,9	43,1	67,2	5,3
CASTILLA Y LEÓN	46,2	22,6	7,9	49,5	94,2	5,8
GALICIA	38,8	23,1	9,9	46,3	87,5	8,1
ASTURIAS	39,4	24,5	8,7	40,1	89,6	9,7
CANTABRIA	31,3	18,0	8,9	39,9	76,6	9,1
PAÍS VASCO	42,0	22,9	9,7	55,7	94,7	8,0
LA RIOJA	40,8	18,8	9,0	37,3	77,4	9,9
NAVARRA	45,1	21,7	9,4	64,8	108,7	9,1
CANARIAS	35,1	14,5	7,6	47,4	80,9	7,2
MEDIA ESPAÑA	39,1	19,2	7,3	50,2	80,7	7,3

Fuente: MAPA (2023).

Comercialización de alimentos y bebidas

Los hogares españoles utilizan distintos formatos para adquirir los alimentos y bebidas. En el año 2022, continúa la reconfiguración en la elección del lugar de compra tras los efectos de la pandemia en los ejercicios anteriores. En este sentido, destaca la importancia relativa de los supermercados (63,2% de cuota de mercado incluyendo a los establecimientos de descuento) que han aumentado progresivamente su participación en detrimento principalmente del comercio especializado (12,7% de cuota) que junto al resto de formatos tienen una presencia cada vez menos notable. Los hipermercados cuentan con una cuota del 12,8% y se estima que el comercio electrónico representa un 2,3% en el total de la alimentación.

CUOTAS DE MERCADO EN LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, 2022



Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2023).

USOS, HÁBITOS Y TENDENCIAS DE CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

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

Durante el año 2022, se realizan 22,3 ingestas semanales por persona en el hogar, lo que supone una reducción de 1,1 ingestas con respecto al año anterior. La principal razón de esta disminución es la pérdida de significatividad del consumo doméstico asociada a la finalización de las restricciones que aún quedaban de la pandemia en las actividades extradomésticas. Se trata de una reducción del -4,2 % de las ocasiones de consumo dentro del hogar respecto al año anterior pero, sin embargo, el escenario favorece la recuperación del consumo fuera de casa (6,2 %). Como resultado final, la vuelta a la normalidad devuelve a niveles de ingestas prácticamente similares a los previos a la pandemia (-0,3 %).

La vuelta a la normalidad afecta de manera transversal a todos los momentos de consumo realizados en el hogar. Los desayunos son el momento menos afectado, mientras que los momentos entre horas y las comidas principales cuentan con más variaciones. En los momentos entre horas, se minoró el consumo de media mañana y la merienda y esto supone el 30% de la caída del consumo dentro de casa, mientras que la comida principal más afectada es la cena (actividad que, lógicamente, ha contado con la mejor recuperación en consumo extradoméstico). Es importante concluir, en comparación con el año 2019, que todavía se siguen haciendo más comidas principales en casa (sobre todo almuerzos y comida principal).

Con respecto a las motivaciones de consumo, el 2022 trajo consigo nuevos hábitos dejando atrás comportamientos propios de la pandemia. Ahora los consumidores buscan más practicidad y conveniencia en sus consumos. Evidencia de esto son los cambios que hay en las comidas principales, donde se ve una tendencia creciente hacia el plato único o a emplear menos tiempo en la preparación (por ejemplo, se vuelve a los desayunos de antes de las 8 de la mañana, con menos tiempo para elaboraciones complejas).

La vuelta a la normalidad hace retomar dietas y se observa una reducción de la cantidad de consumidores omnívoros en el corto plazo en beneficio de consumidores flexitarianos, vegetarianos y veganos. En 2022, el 42,8% de los individuos mayores de 5 años son flexitarianos, es decir, realizan una menor ingesta de carne a la semana que la media (por debajo de 6 veces por semana), y este porcentaje se ha incrementado en 1,7 puntos porcentuales con respecto al año anterior. Además, aun siendo reducido el grupo de vegetarianos y veganos (3,6% de la población,) ganan relevancia en el corto plazo.

El desayuno es uno de los momentos que mejor resiste la vuelta a la normalidad, únicamente disminuyendo un -1,9% de ocasiones de consumo con respecto al 2021. Todavía el 93,4% de los españoles desayuna en casa un promedio de 6 veces a la semana. El desayuno representa algo más de un cuarto de las ocasiones de consumo que se hacen en el hogar (27,9 %).

Las comidas y cenas representan más de la mitad de las ocasiones de consumo que realizan los españoles dentro de casa. De hecho, el 95,3% de los individuos realiza comidas principales en el hogar con un promedio de 10,4 veces a la semana. La vuelta a la normalidad afecta a estas ocasiones, sobre todo en los fines de semana (-7,9% en comparación con 2021).

En el consumo doméstico, los platos base pescado, sopas, cremas y purés y los platos base harina son los que más disminuyen, mientras que los platos de carne, verdura o huevos mantienen su volumen de demanda. Además, la tendencia del plato único también afecta a distintas recetas como, por ejemplo, las ensaladas o platos base cuchara en su rol de acompañamiento. Finalmente, es importante destacar que sólo los platos base patatas o embutidos están creciendo en un contexto de caída de consumo en el hogar.

Finalmente, a cierre del año 2022, dentro del listado de los platos más consumidos por los hogares, la ensalada verde se mantiene como el plato principal de la dieta (aunque ha disminuido 1,2 punto su cuota). Además, en el contexto actual, lentejas, pasta y lomo son los platos que ganan relevancia en el consumo doméstico.

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2023).

No obstante, conviene apuntar ciertas diferencias en la elección de los establecimientos por parte del consumidor español según se trate de alimentación fresca o de alimentación seca. Para el primer caso, el comercio especializado sigue siendo uno de los formatos preferidos (alcanza, por ejemplo, una cuota del 21,2% en la comercialización de carne, del 22,9% en pescado o del 31,9% en las frutas frescas). Para la alimentación seca, los establecimientos de librería se han convertido claramente en la opción preferida por los hogares (los supermercados concentran, por ejemplo, el 71,8% de las ventas de leche o de las ventas de aceite de oliva). De forma concreta, el comercio especializado distribuye el 30,2% de la alimentación fresca y el 2,5% de la alimentación seca mientras que los supermercados llegan al 36,7% de la alimentación fresca y el 57,1% de

la alimentación seca (adicionalmente las cuotas de los establecimientos de descuento son 10,7% y 15,6%, respectivamente). ■



Consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar

El *Panel de consumo alimentario fuera de los hogares* es un estudio elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) que tiene por objeto conocer la demanda total de alimentos y bebidas en el sector extradoméstico desde el punto de vista del consumidor final identificando, además, los principales factores que caracterizan los hábitos alimentarios fuera de casa y conociendo la importancia de los distintos tipos de establecimientos donde se realiza el consumo.

Los datos proceden de 10.500 panelistas (8.500 personas al trimestre), con edades entre 15 y 75 años, que han recogido información sobre sus consumiciones mediante una aplicación de su móvil y una declaración manual guiada por categorías. En la demanda de alimentos y bebidas fuera del hogar recopilada no se incluye el consumo realizado por el turismo, puesto que el estudio se ciñe al consumo per cápita real de los residentes en España. Tampoco se contabiliza la demanda de estos productos realizada en las Islas Canarias ni en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

La recogida de información se realiza en el momento de consumo y, por tanto, no se puede asignar un valor económico concreto a todos los productos, sino que se obtiene un dato global de facturación del conjunto (en el caso de productos que se adquieren por unidades, como pueden ser bebidas, resulta posible asignar

un valor de adquisición). Esto supone que las fichas de alimentos y bebidas que se han elaborado no recogen la misma información sobre gasto en todas las familias de productos aunque, en cada caso, se incluye el mayor nivel de detalle posible.

A partir del año 2022 se ha llevado a cabo un proceso de revisión, mejora y formación de los panelistas para identificar y reducir posibles olvidos y errores de declaración afectados por el lugar de consumo. Por tanto, desde el cuarto trimestre de 2022, el dato no solo actual sino también histórico habrá cambiado, observándose un incremento en el valor absoluto en todas las categorías. No obstante, la tendencia es la misma que la seguida en el dato anteriormente entregado.

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

Consumo y gasto en aceite de aliño

Durante el año 2022, el consumo extradoméstico de aceite de aliño fue de 1,9 millones de litros, que suponen 0,12 litros de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en aceite de aliño ascienden a 187,2 millones

–de forma concreta, 11,8 por persona–. Durante el último año, un 45,9% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado aceite de aliño en alguna consumición fuera del hogar.

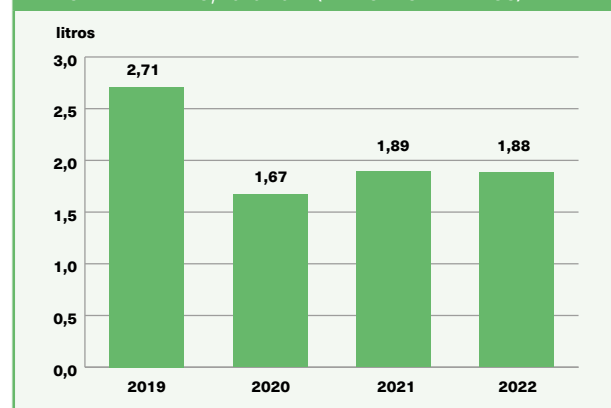
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ACEITE DE ALIÑO, 2022

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Litros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL ACEITE ALIÑO	1,88	0,12	187,15	11,84	45,90

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha experimentado una estabilidad en el consumo extradoméstico de aceite de aliño con respecto a los datos del año anterior.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ACEITE DE ALIÑO, 2019-2022 (MILLONES DE LITROS)



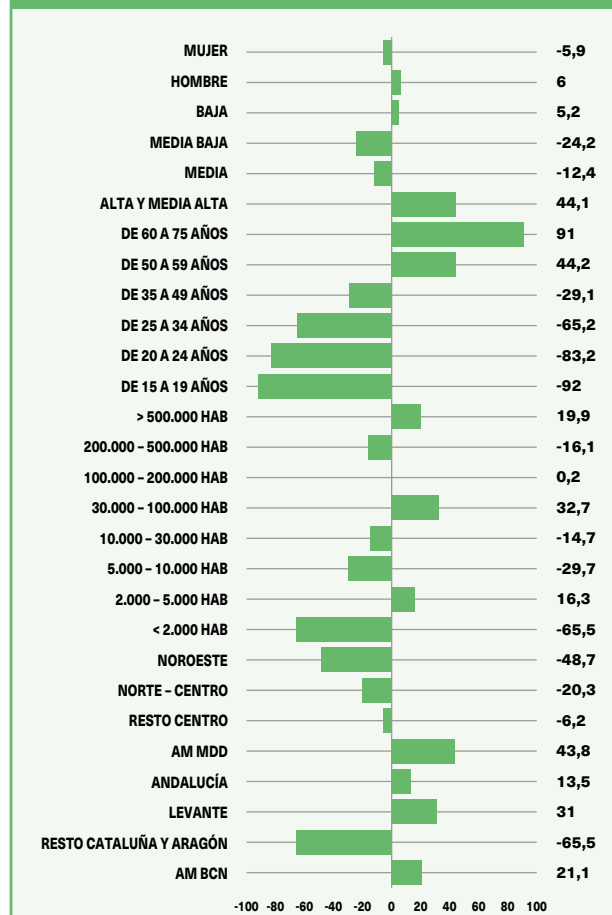


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de aceite de aliño durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

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



* Media nacional = 0,12 litros por persona

Consumo y gasto en agua envasada

Durante el año 2022, el consumo extracomunitario de agua envasada fue de 633,9 millones de litros, que suponen 18,4 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 646,5 millones de euros que suponen 18,8 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de agua envasada llegan a 673,1 millones –de forma concreta, 26,8 por persona-. Durante el último año, un 72,9% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado agua envasada en alguna consumición fuera del hogar.

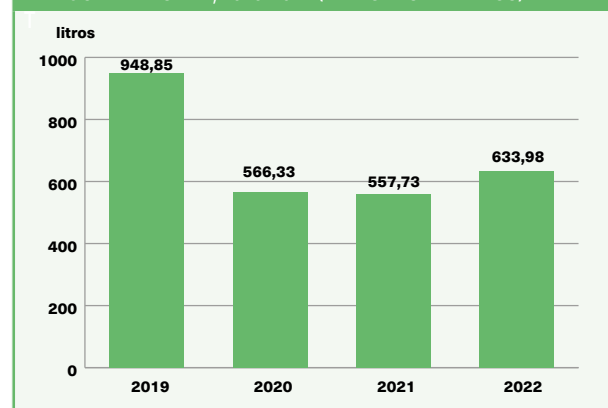
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN AGUA ENVASADA, 2022

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
AGUA ENVASADA	633,98	18,42	646,51	18,78	673,09	26,82	72,91

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un incremento del 13,7% en el consumo extracomunitario de agua envasada.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN AGUA ENVASADA, 2019-2022 (MILLONES DE LITROS)



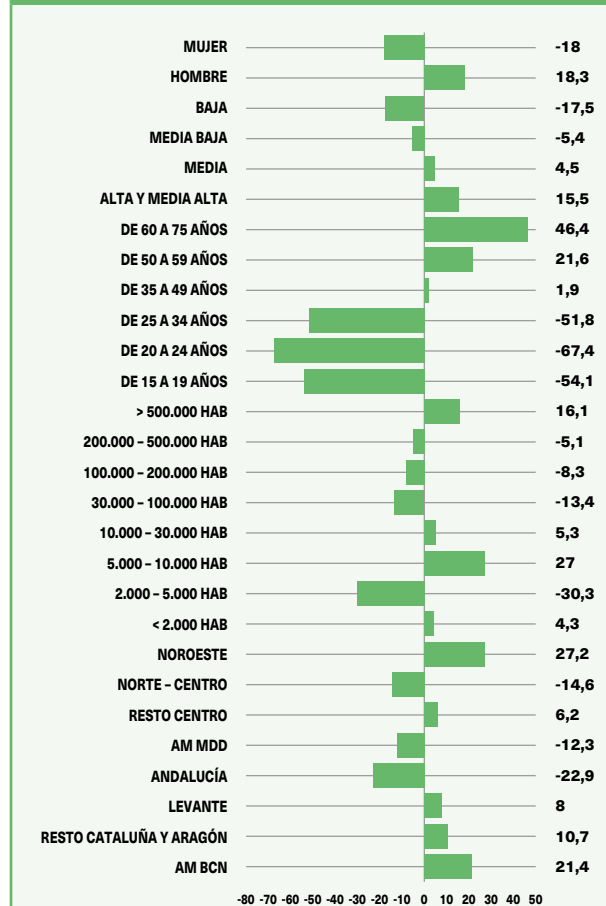


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de agua envasada durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

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



* Media nacional = 18,42 litros por persona

Consumo y gasto en arroz

Durante el año 2022, el consumo extradoméstico de arroz fue de 18,1 millones de kilos, que suponen casi 1 kilo de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en arroz

ascienden a 225,9 millones –de forma concreta, 12,4 por persona–. Durante el último año, casi un 53% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado arroz en alguna consumición fuera del hogar.

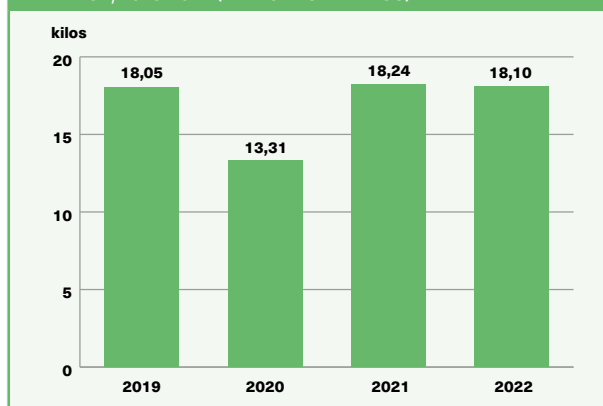
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ARROZ, 2022

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
ARROZ	18,10	0,99	225,97	12,39	52,98

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido una estabilidad en el consumo extradoméstico de arroz motivado principalmente por la progresiva recuperación del sector de la restauración.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ARROZ, 2019-2022 (MILLONES DE KILOS)



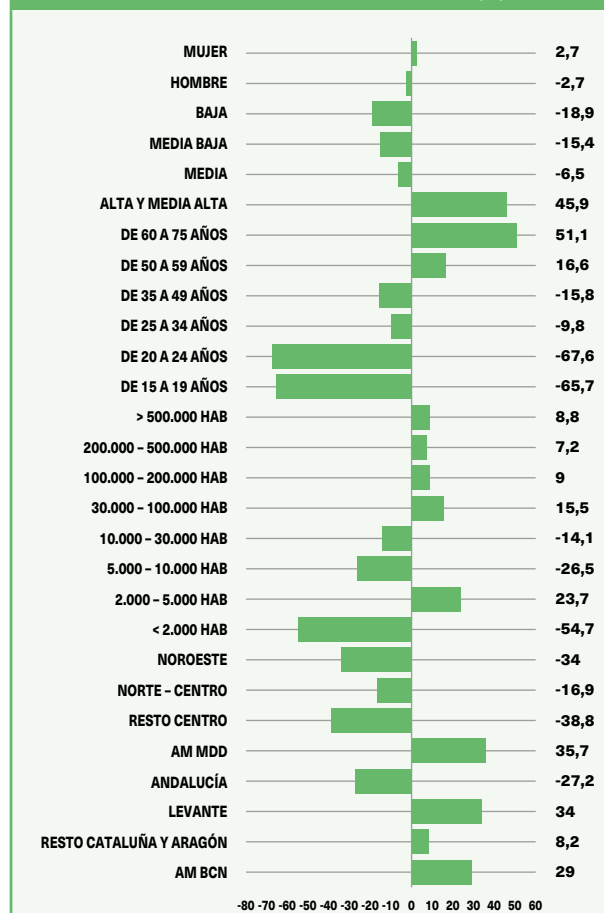


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de arroz durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo ligeramente superior en este producto en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de arroz fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de arroz aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de arroz no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van produciendo con independencia de la variación del tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 30.000 y 100.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a pequeños municipios (menores de 2.000 habitantes).
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, Levante y Resto de Cataluña y Aragón, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-Centro, Resto Centro y Andalucía. ■

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



* Media nacional = 0,99 kilos por persona

Consumo y gasto en batidos

Durante el año 2022, el consumo extradoméstico de batidos fue de 27,5 millones de litros, que suponen 1,12 litros de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en batidos

ascienden a 426,2 millones –de forma concreta, 4,2 por persona-. Durante el último año, un 20,4% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado batidos en alguna consumición fuera del hogar.

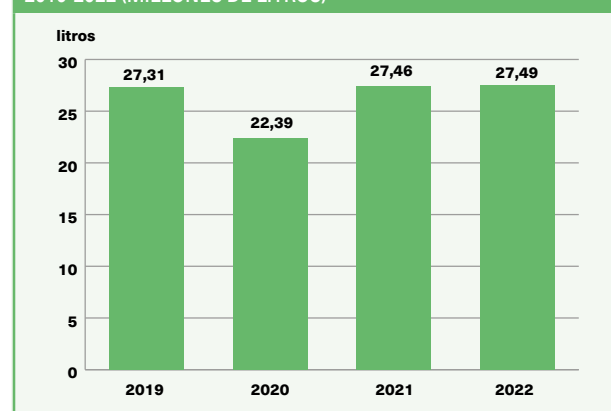
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ARROZ, 2022

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Litros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
ARROZ	27,49	1,12	426,21	4,22	20,39

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido una cierta estabilidad en el consumo extradoméstico de batidos.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BATIDOS, 2019-2022 (MILLONES DE LITROS)



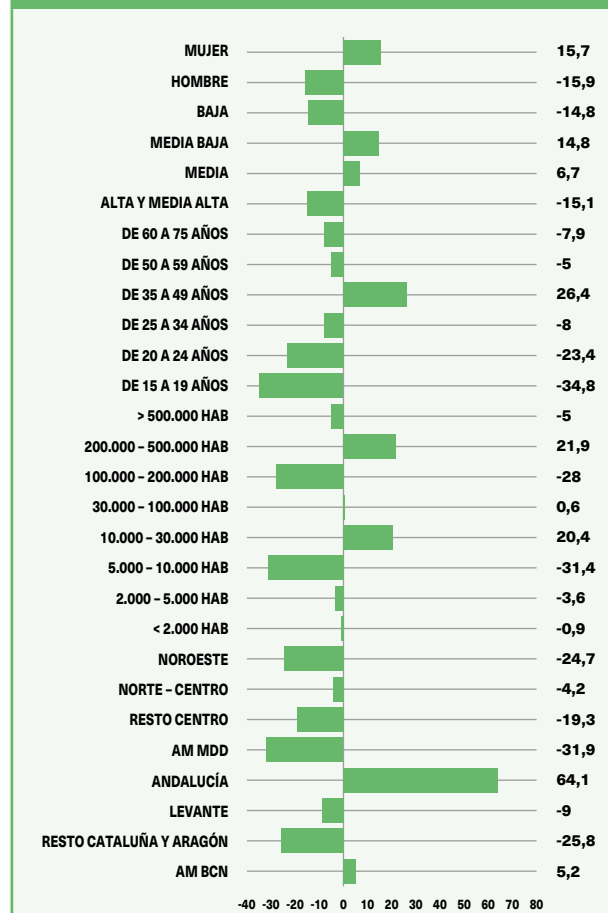


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de batidos durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo notablemente superior de este producto en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase media baja tienen un consumo superior de batidos fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase alta y media alta.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de batidos no sigue un patrón concreto. El consumo máximo se localiza en individuos de 35 a 49 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de batidos tampoco ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van alternando a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 200.000 y 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a municipios de 5.000 a 10.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el área metropolitana de Barcelona, y, especialmente, Andalucía, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Resto Cataluña y Aragón, área metropolitana de Madrid, Norte-centro y Levante. ■

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



* Media nacional = 1,12 litros por persona

Consumo y gasto en bebidas espirituosas

Durante el año 2022, el consumo extradoméstico de bebidas espirituosas fue de 48,5 millones de litros, que suponen 1,4 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.088,3 millones de euros que suponen 31,6 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de bebidas espirituosas llegan a 282,8 millones –de forma concreta, 18,5 por persona–.

Durante el último año, un 44,4% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado bebidas espirituosas en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extradoméstico de ginebra que supone un 13,1% del consumo total, un 30,3% del valor total y un 23,8% sobre el total de consumiciones realizadas en esta familia de bebidas.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2022

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BEBIDAS ESPIRITUOSAS	48,51	1,41	1.088,32	31,62	282,80	18,51	44,39
WHISKY	4,24	0,12	175,47	5,10	44,52	15,98	8,09
BRANDY	0,30	0,01	7,94	0,23	3,47	6,03	1,67
GINEBRA	6,36	0,18	329,96	9,59	67,41	10,25	19,11
RON	3,64	0,11	156,74	4,55	32,03	9,02	10,32
ANIS	0,31	0,01	7,11	0,21	3,15	4,38	2,09
OTRAS ESPIRITUOSAS	33,67	0,98	411,11	11,94	132,22	11,22	34,24

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un ligero incremento del 2,5% en el consumo extradoméstico de bebidas espirituosas.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2019-2022 (MILLONES DE LITROS)



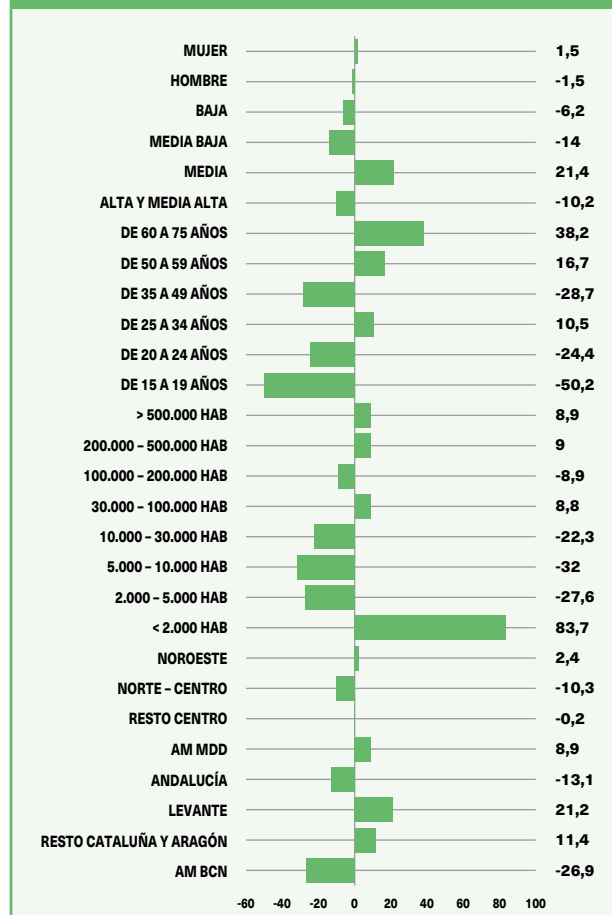


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de bebidas espirituosas durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo indican un consumo mínimamente superior de bebidas espirituosas en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase media tienen un consumo superior de bebidas espirituosas fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de bebidas espirituosas varía sin ningún patrón directamente relacionado con la edad. El nivel máximo de consumo se centra en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de bebidas espirituosas no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica alternándose las desviaciones conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios pequeños (menores de 2.000 habitantes) mientras que la más reducida se asocia con municipios de 5.000 a 10.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en bebidas espirituosas en Resto de Cataluña y Aragón, Noroeste, área metropolitana de Madrid y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en el área metropolitana de Barcelona, Andalucía y Norte-centro. ■

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



* Media nacional = 1,41 litros por persona

Consumo y gasto en bollería

Durante el año 2022, el consumo extradoméstico de bollería fue de 51,5 millones de kilos, que suponen 2,53 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en bollería

ascienden a 228,8 millones –de forma concreta, 28,1 por persona-. Durante el último año, un 59,2% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado bollería en alguna consumición fuera del hogar.

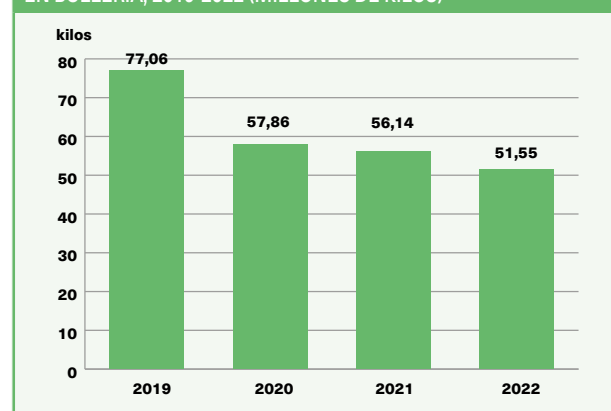
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BOLLERÍA, 2022

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BOLLERÍA	51,55	2,53	228,79	28,09	59,24
Bollería dulce	49,67	2,49	90,91	27,67	57,95
Bollería salada	1,88	1,88	76,77	4,92	12,35

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un descenso del -8,2% en el consumo extradoméstico de bollería, continuando la tendencia descendente de los últimos ejercicios.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BOLLERÍA, 2019-2022 (MILLONES DE KILOS)



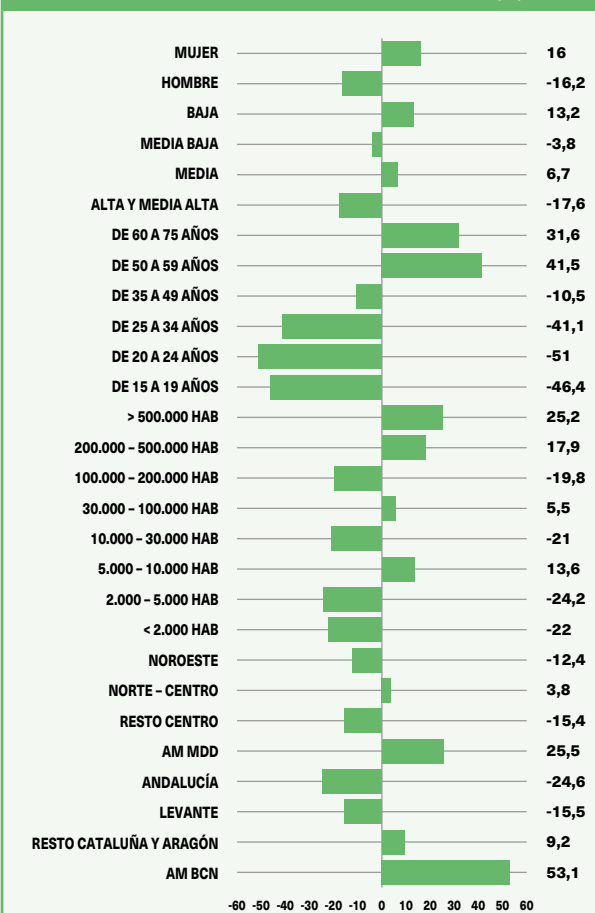


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de bollería durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de estos productos en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase media tienen un consumo superior de bollería fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clases alta y media alta.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de bollería aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de bollería no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van alternando a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios con más de 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a pequeños municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, Resto Cataluña y Aragón, y Norte-centro, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en Andalucía, Levante y Resto Centro. ■

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



* Media nacional = 2,53 kilos por persona

Consumo y gasto en café

Durante el año 2022, el consumo extradoméstico de café fue de 70,4 millones de litros, que suponen 2,1 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.318,6 millones de euros que suponen casi 38,3 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de café llegan a 1.179,4 millones – de forma concreta, 53,8 por persona-. Durante el último año, un 63,7% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado café en alguna consumición fuera del hogar.

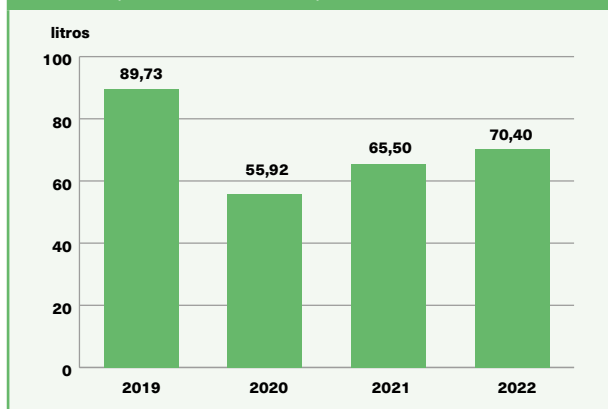
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CAFÉ, 2022

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL CAFÉ	70,40	2,05	1.318,64	38,31	1.179,42	53,78	63,72

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un incremento del 7,5% en el consumo extradoméstico de café.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CAFÉ, 2019-2022 (MILLONES DE LITROS)



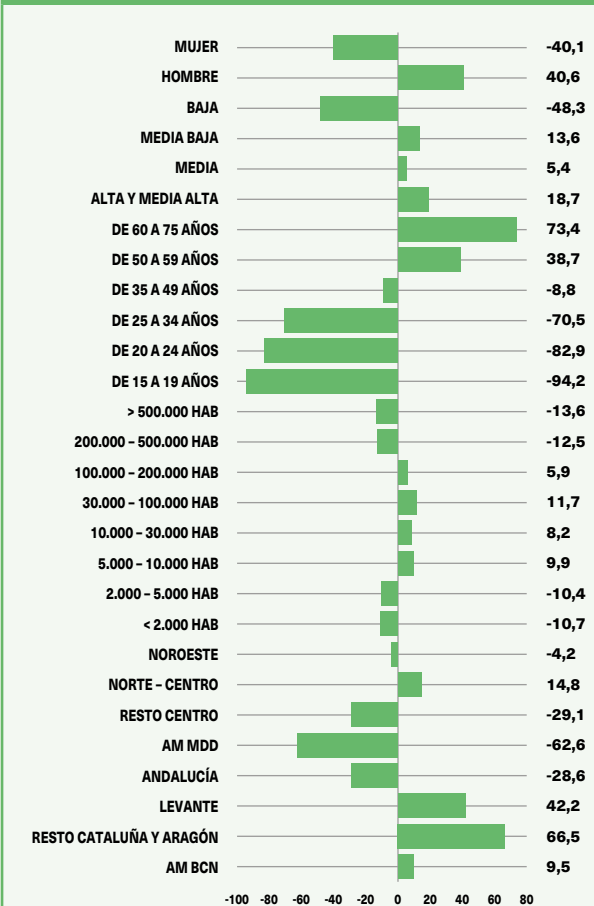


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de café durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

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



* Media nacional = 2,05 litros por persona

Consumo y gasto en carne y productos cárnicos

Durante el año 2022, el consumo extracomunitario de carne y productos cárnicos fue de 259,2 millones de kilos, que suponen 8,8 kilos per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en carne y derivados ascienden a 1,583,6 millones –de forma concreta, 53,7 por persona-. Durante el último año, un 85,6% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado carne o productos cárnicos en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo extracomunitario más notable se asocia a la carne fresca (8,1 kilos por persona de consumo me-

dio) y, de manera concreta, al pollo (3,8 kilos per cápita) y a la ternera (3,1 kilos por persona). En términos de consumiciones, la carne fresca concentra el 79% y resulta significativa la participación de la carne de pollo (30,2%), ternera (28,6%) y porcino (13,8%).

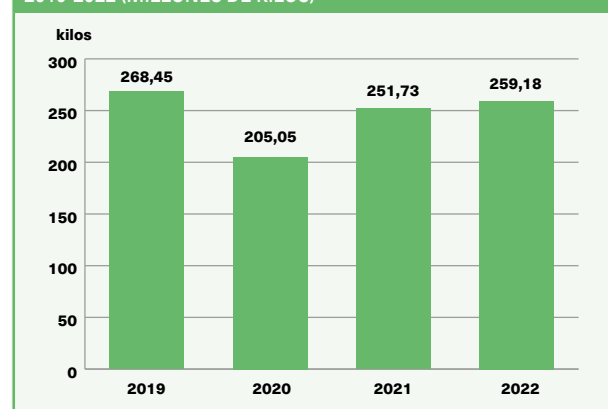
La carne transformada (1,2 kilos y 20,8 consumiciones por persona) también resultó importante en el consumo extracomunitario durante el año 2022. Destaca, de manera más significativa, las consumiciones de jamón curado (un 22,7% sobre el total de la carne transformada).

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS, 2022					
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL CARNE	259,18	8,79	1.583,61	53,72	85,64
CARNE FRESCA	228,79	8,08	1.252,32	44,25	82,22
TERNERA	76,77	3,11	453,54	18,39	71,67
POLLO	90,91	3,81	479,15	20,06	69,38
PORCINO	30,31	1,55	219,86	11,25	56,76
OVINO	7,21	1,15	25,95	4,15	18,17
RESTO CARNE FRESCA	23,61	1,32	149,53	8,39	51,78
CARNE TRANSFORMADA	30,38	1,16	546,80	20,83	76,27
JAMÓN CURADO	6,86	0,42	124,33	7,56	47,79
JAMON CURADO NORMAL	5,36	0,36	96,41	6,50	43,12
JAMON CURADO IBERICO	1,49	0,20	27,75	3,68	21,88
LOMO EMBUCHADO	0,25	0,21	4,66	3,95	3,43
CHORIZO	0,78	0,15	14,95	2,94	14,76
PATES / FOI GRAS	0,13	0,08	5,09	3,16	4,67
RESTO CARNE TRANSFORMADA	22,37	0,91	403,53	16,50	71,04

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un ligero incremento de casi el 3% en el consumo extracomunitario de carne y productos cárnicos.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CARNE, 2019-2022 (MILLONES DE KILOS)



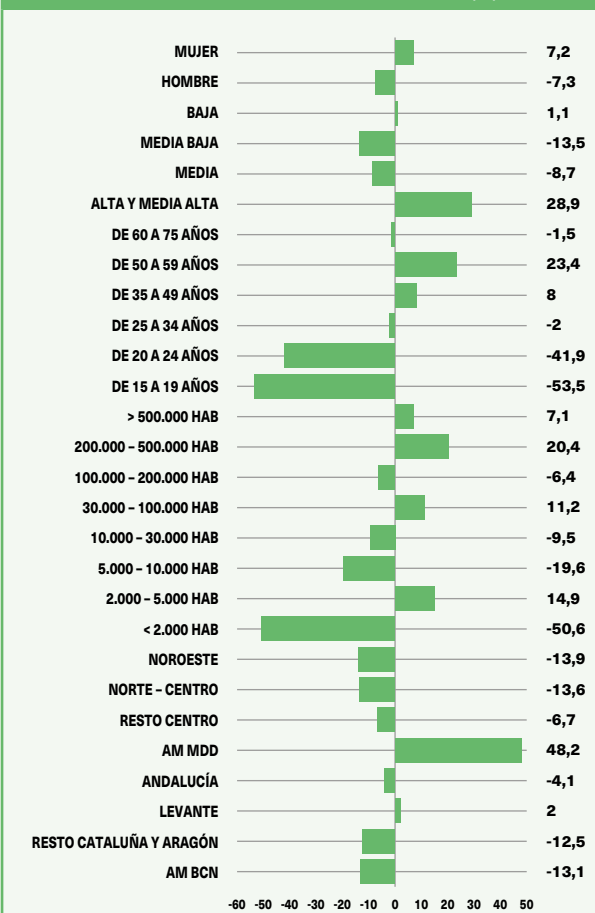


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de carne fresca durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo muestran un consumo superior de carne fresca en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de carne fresca fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de carne fresca aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de carne fresca no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 200.000 y 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con pequeños municipios (menores de 2.000 habitantes).
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el área metropolitana de Madrid y en Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en el resto de Cataluña y Aragón, área metropolitana de Barcelona, las zonas Noroeste, Norte-centro, y Andalucía. ■

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



* Media nacional = 8,08 kilos por persona

Consumo y gasto en cerveza

Durante el año 2022, el consumo extracomunitario de cerveza fue de 783,5 millones de litros, que suponen 22,8 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 3.402,5 millones de euros que suponen 98,8 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de cerveza llegan a 1.984,1 millones –de forma concreta, 78,9 por persona-. Durante

el último año, un 73,0% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado cerveza en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extracomunitario de cerveza con alcohol que supone un 91,8% del consumo total, un 90,7% del valor total y un 89,4% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CERVEZA, 2022

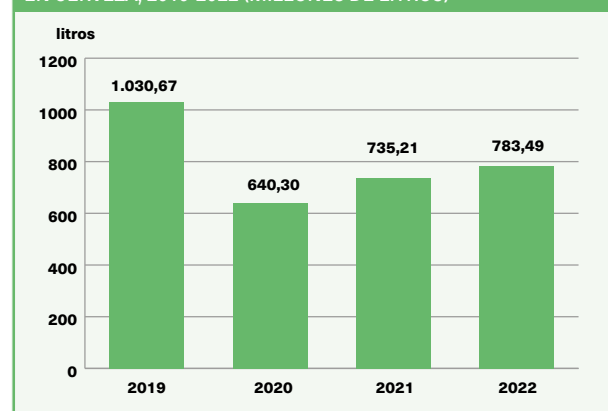
	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
CERVEZA	783,49	22,76	3.402,52	98,85	1.984,06	78,95	73,01
CON ALCOHOL	710,52	20,64	3.045,53	88,48	1.773,81	72,29	71,29
SIN ALCOHOL	71,74	2,08	352,64	10,25	207,77	17,91	33,71
CERVEZA ENVASADA	321,40	9,34	1.747,01	50,76	1.000,56	46,68	62,28
CERVEZA SURTIDOR	462,09	13,43	1.655,52	48,10	983,50	44,58	64,10
OTRAS CERVEZAS	1,23	0,04	4,35	0,13	2,48	4,45	1,62



EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un incremento del 6,6% en el consumo extracomunitario de cerveza.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CERVEZA, 2019-2022 (MILLONES DE LITROS)



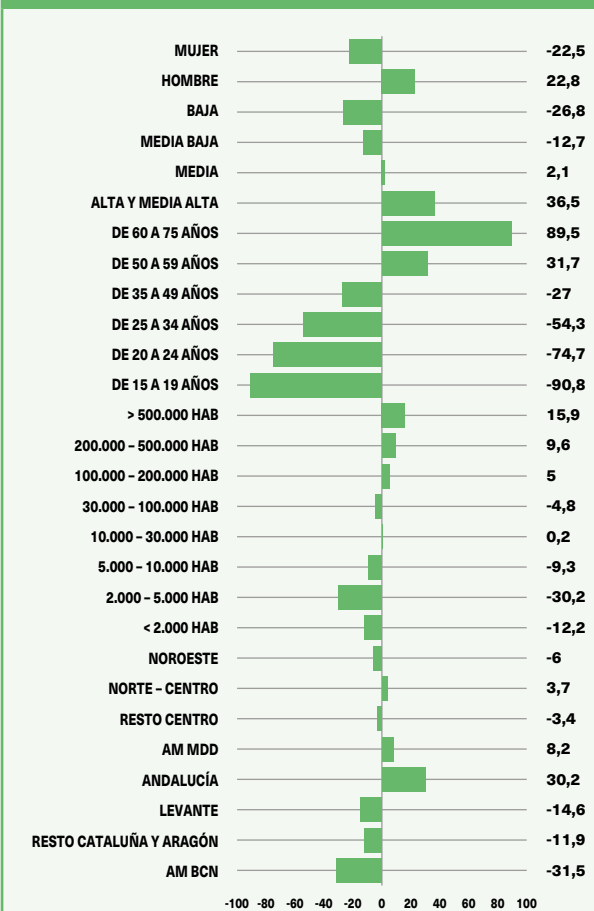


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de cerveza durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

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



* Media nacional = 22,76 litros por persona

Consumo y gasto en derivados lácteos

Durante el año 2022, el consumo extracomunitario de derivados lácteos fue de 84,9 millones de kilos, que suponen 3,1 kilos de consumo medio per cápita al año en esta familia de productos. Las consumiciones en derivados lácteos ascienden a 1.018,6 millones –de forma concreta, 36,8 por persona-. Durante el último año, un 80,5% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado derivados lácteos en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo extracomunitario más notable se asocia a postres (1,7 kilos por persona) y quesos (1,8 kilos per cápita). En términos de consumiciones, los quesos concentran el 65,1% y los postres el 25,4%.

Los yogures (1,4 kilos y 10,8 consumiciones por persona) también fueron importantes en el consumo extracomunitario durante el año 2022.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN DERIVADOS LÁCTEOS, 2022

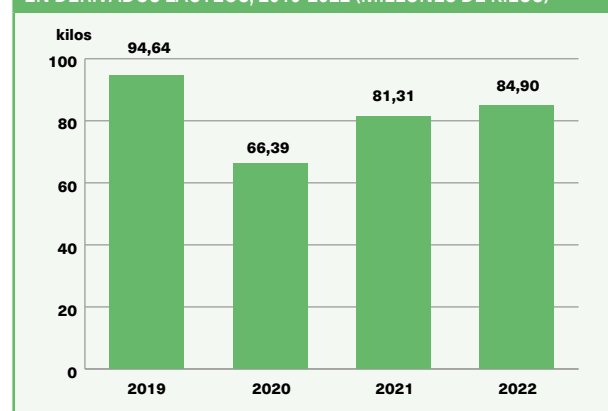
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL DERIVADOS LÁCTEOS	84,90	3,07	1.018,63	36,78	80,46
MANTEQUILLA	0,83	0,16	49,66	9,60	15,03
POSTRES	30,04	1,70	259,05	14,67	51,29
YOGURES	5,59	1,41	42,58	10,78	11,47
QUESO	48,44	1,82	663,08	24,97	77,14

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un incremento del 4,4% en el consumo extracomunitario de derivados lácteos.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN DERIVADOS LÁCTEOS, 2019-2022 (MILLONES DE KILOS)



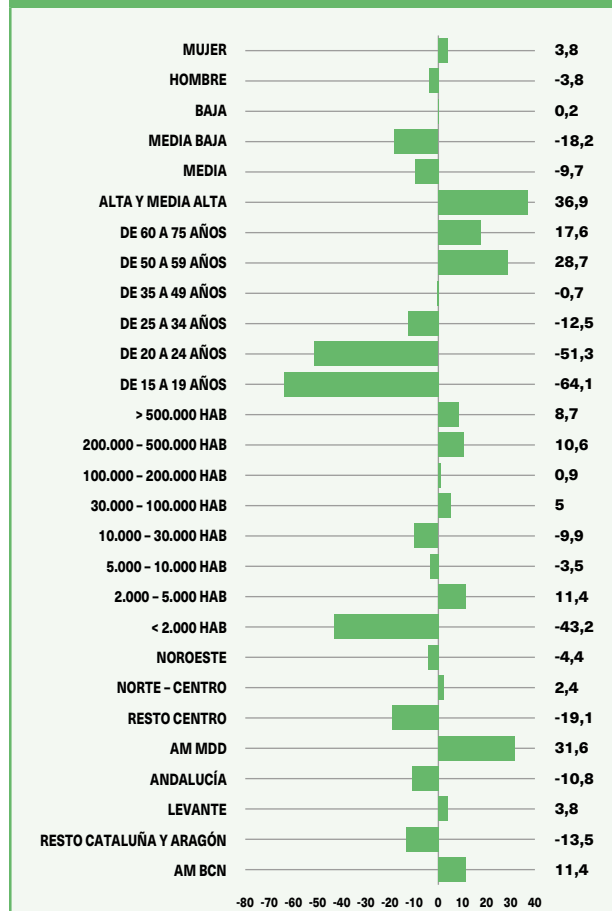


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extracomunitario de derivados lácteos durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

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



* Media nacional = 3,07 kilos por persona

Consumo y gasto en frutas

Durante el año 2022, el consumo extradoméstico de frutas fue de 17,2 millones de kilos, que suponen 1,9 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en frutas ascienden a 121,8 millones –de forma concreta, 11,5 por persona-. Durante el último año, un 30,8% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado frutas en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo medio extradoméstico más notable se asocia a la fruta fresca (1,6 kilos por persona) y, de

manera concreta, a manzanas (1,6 kilos per cápita) y a naranjas y mandarinas (1,6 kilos por persona). En términos de consumiciones, las frutas frescas concentran el 70,2% y resulta significativa la participación de manzanas (9,6%) y naranjas y mandarinas (9,4%).

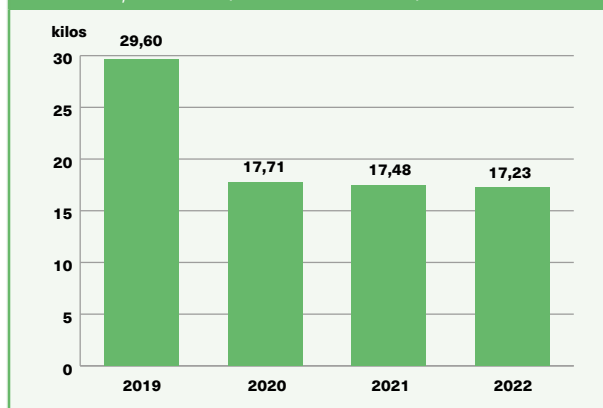
La mermelada de frutas (9,1 consumiciones por persona) cuenta con una menor relevancia en el consumo extradoméstico durante el año 2022.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN FRUTAS, 2022					
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL FRUTAS	17,23	1,88	121,75	11,47	30,84
FRUTA FRESCA	16,21	1,62	85,83	9,96	25,04
MANZANA	2,35	1,64	11,73	8,18	4,17
PLATANO	1,31	1,15	8,70	7,69	3,29
NARANJA/MANDARINA	2,28	1,61	11,38	8,06	4,10
MELON/SANDIA	2,52	0,88	10,33	3,62	8,29
FRESA/FRESON	1,03	0,61	5,30	3,13	4,92
PIÑA	1,89	0,46	14,32	3,52	11,83
RESTO FRUTAS	4,84	1,49	24,21	7,46	9,43
MERMELADAS	1,02	0,26	35,92	9,07	11,50

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido una ligera reducción en el consumo frutas, y, por tanto, no se advierten notables variaciones en la demanda de esta familia de productos.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN FRUTAS, 2019-2022 (MILLONES DE KILOS)



Su socio en la logística bajo temperatura controlada

¡Optimice su stock! y los flujos de transporte asociados

Soluciones de almacenaje y preparación de pedidos

Servicios de valor añadidos

- Congelación / descongelación
- Co-packing

Gestión del transporte asociado

- Flujos de aprovisionamiento
- Transporte y distribución
- Portal cliente

#OPTIMIZAMOS

Nuestra experiencia transversal nos permite la optimización de la cadena de suministro, conectando a los actores del sector agroalimentario a temperatura controlada, entregando en plataformas logísticas, retail, mayoristas, tiendas, colectividades y restaurantes.

#CONECTAMOS

Creamos sinergias entre fabricantes y distribuidores a través de las soluciones de almacenaje multicliente aportando un valor diferencial tanto en costes como en calidad y servicio

#ASEGURAMOS

La integridad de sus productos con los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria en toda la cadena.



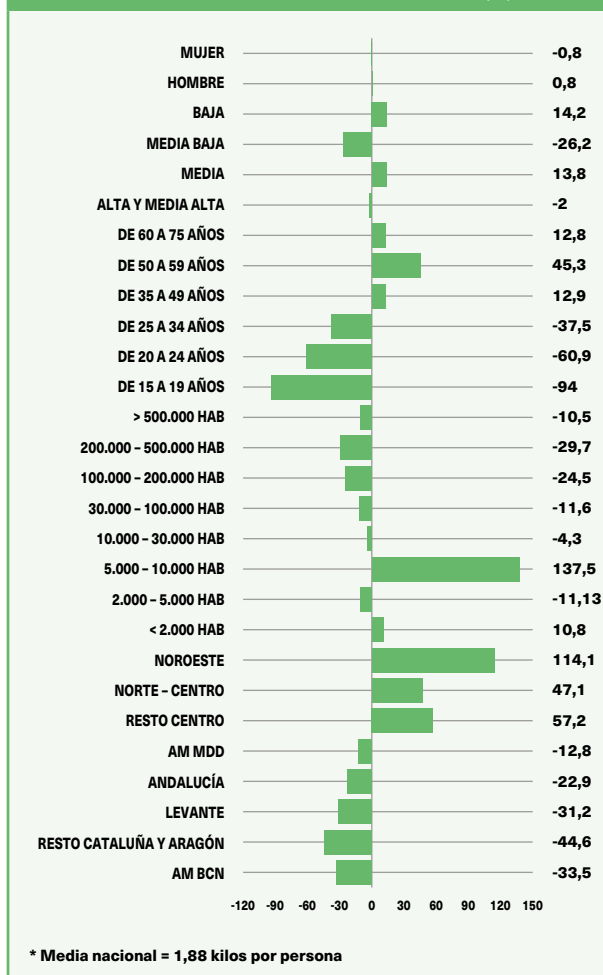


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de frutas durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son irrelevantes y se advierte un consumo ligeramente superior en esta familia de productos para hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de baja tienen un consumo superior de frutas fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de frutas aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de frutas no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 5.000 y 10.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a municipios de 200.000 a 500.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio, en la zona Resto centro, Norte-centro y Noroeste, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Resto Cataluña, Norte-centro, Andalucía y en el área metropolitana de Barcelona y de Madrid. ■

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



Consumo y gasto en helados y granizados

Durante el año 2022, el consumo extradoméstico de helados y granizados fue de 30,6 millones de litros, que suponen 1,5 litros de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en helados y

granizados ascienden a 1.589,1 millones –de forma concreta, 12,8 por persona-. Durante el último año, un 57,9% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado helados y granizados en alguna consumición fuera del hogar.

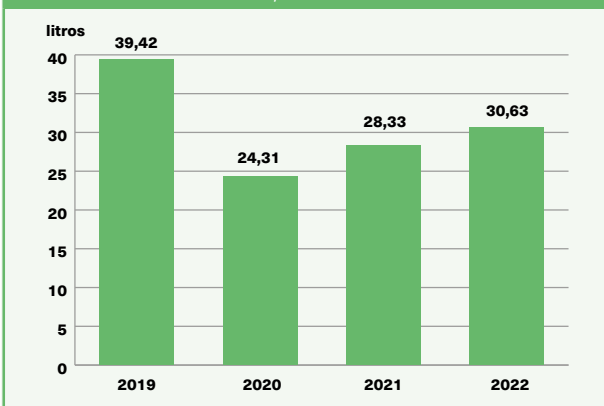
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HELADOS Y GRANIZADOS, 2022

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Litros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL HELADOS Y GRANIZADOS	30,63	1,54	1.589,08	12,81	57,91

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un incremento del 8,1% en el consumo extradoméstico de helados y granizados.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HELADOS Y GRANIZADOS, 2019-2022 (MILLONES DE LITROS)



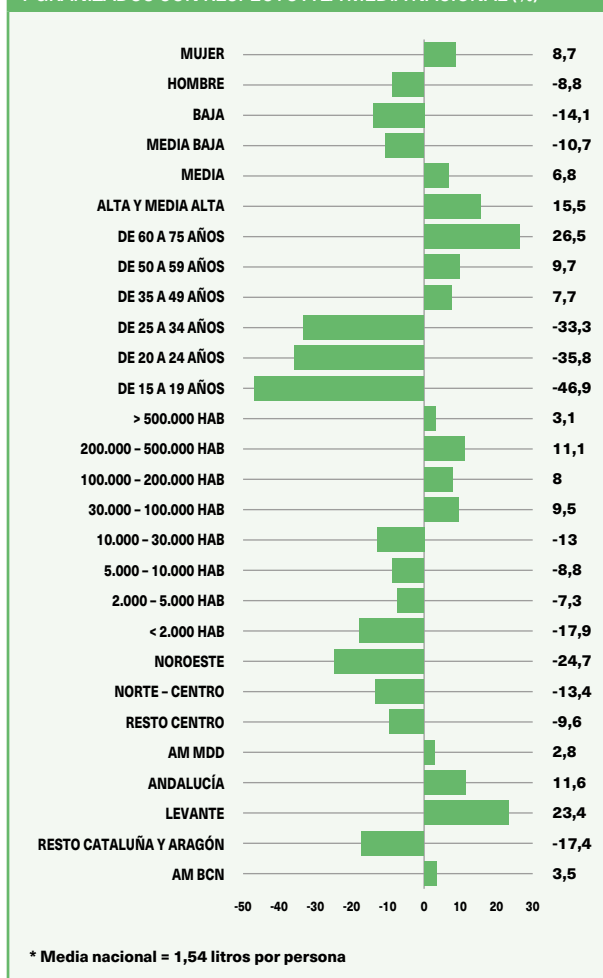


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de helados y granizados durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

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



Consumo y gasto en hortalizas

Durante el año 2022, el consumo extracomunitario de hortalizas y verduras fue de 431,2 millones de kilos, que suponen 14,8 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en hortalizas y verduras ascienden a 1.535,5 millones –de forma concreta, 52,7 por persona-. Durante el último año, un 84,7% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado hortalizas y verduras en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo medio extracomunitario más notable se asocia a lechugas (2,9 kilos por persona), patatas (6,9 kilos per cápita) y tomates (1,5 kilos por persona). En términos de consumiciones, las patatas concentran el 53,7% y también resulta significativa la participación de tomates (22,5%) y lechugas (22,5%).

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HORTALIZAS, 2022

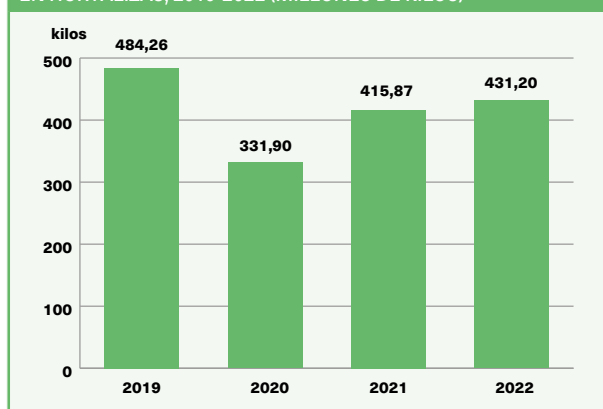
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL HORTALIZAS Y VERDURAS	431,20	14,79	1.535,50	52,67	84,70
TOMATES	34,19	1,52	344,90	15,30	65,48
JUDIAS VERDES	3,04	0,84	12,16	3,38	10,46
PATATAS	186,27	6,92	825,09	30,65	78,22
CEBOLLAS	32,36	1,39	351,22	15,11	67,54
PIMIENTOS	26,82	1,66	144,37	8,94	46,89
LECHUGAS	68,38	2,96	346,08	14,98	67,13
SETAS	18,08	1,19	88,13	5,81	44,07
ESPARRAGOS	3,09	0,68	14,25	3,13	13,22
OTRAS HORTALIZAS	58,97	2,79	287,02	13,56	61,49

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un incremento del 3,7% en el consumo extracomunitario de hortalizas suponiendo una ligera recuperación respecto a los ejercicios anteriores.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HORTALIZAS, 2019-2022 (MILLONES DE KILOS)



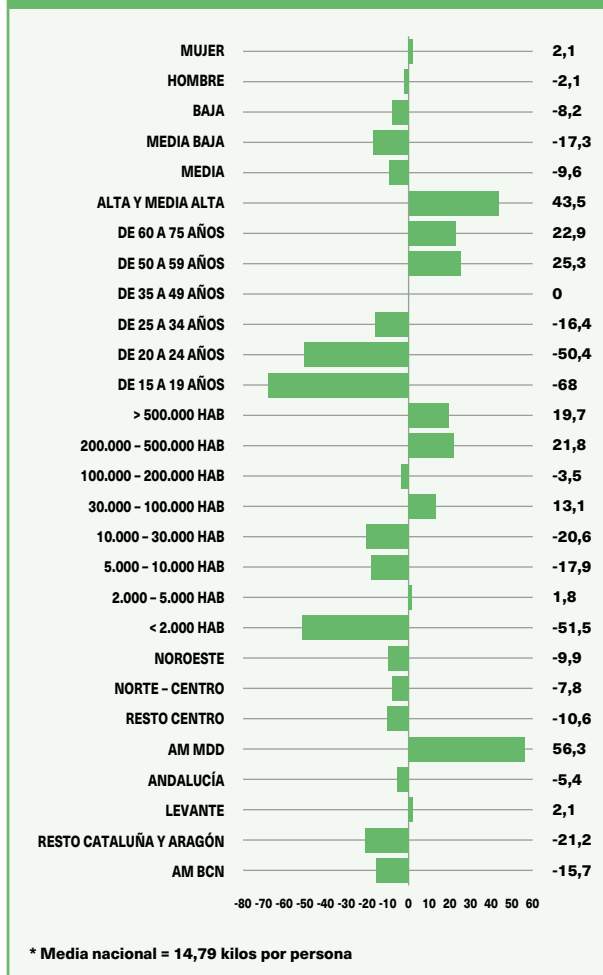


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de hortalizas y verduras durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo superior en esta familia de productos en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de hortalizas y verduras fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de hortalizas y verduras aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de hortalizas y verduras no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en grandes municipios entre 200.000 y 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a municipios de menor tamaño (menores de 2.000 habitantes).
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el área metropolitana de Madrid, y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-centro, Resto de Cataluña y Aragón, y área metropolitana de Barcelona. ■

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



Consumo y gasto en infusiones

Durante el año 2022, el consumo extradoméstico de infusiones fue de 13,5 millones de litros, que suponen 0,4 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 126,0 millones de euros que suponen 3,7 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de infusiones llegan a 107,7 millones –de forma concreta, 9,5 por persona-. Durante el último año, un 33,1% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado infusiones en alguna consumición fuera del hogar.

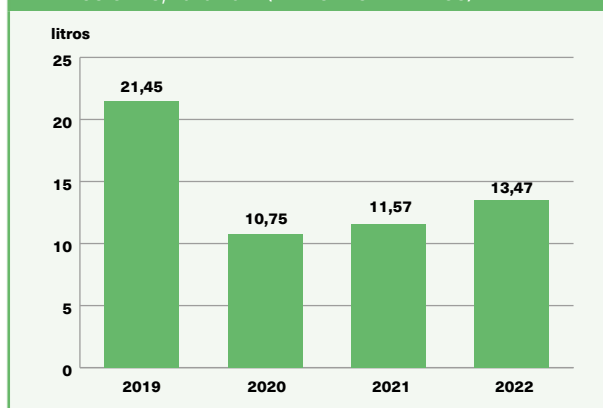
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN INFUSIONES, 2022

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
INFUSIONES	13,47	0,39	126,01	3,66	107,75	9,47	33,07

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un incremento del 16,4% en el consumo extradoméstico de infusiones.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN INFUSIONES, 2019-2022 (MILLONES DE LITROS)



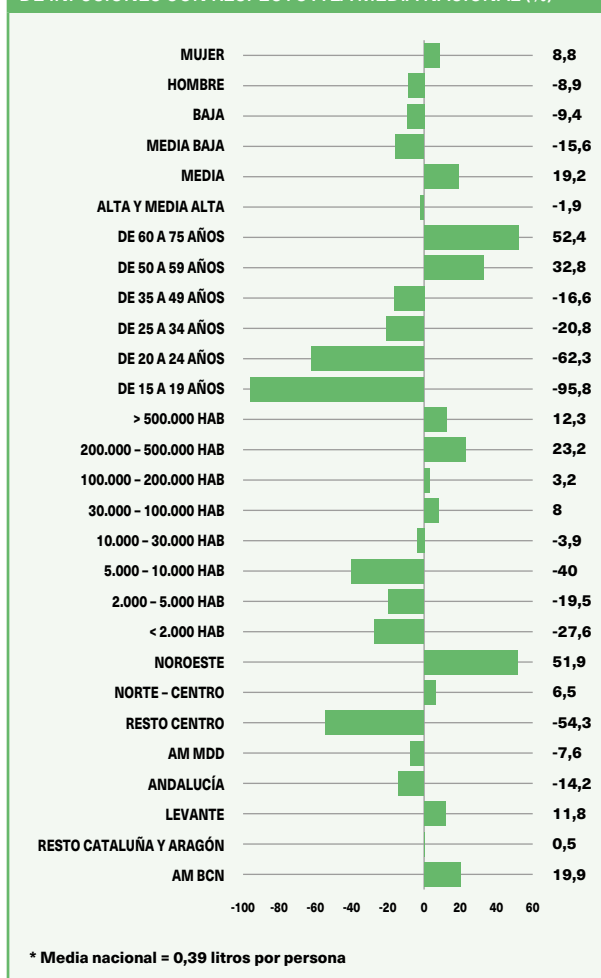


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de infusiones durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

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



Consumo y gasto en leche

Durante el año 2022, el consumo extracomunitario de leche fue de 179,6 millones de litros, que suponen 5,2 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.557,5 millones de euros que suponen 45,3 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de leche llegan a 1.398,3 millones –de forma concreta, 59,3 por persona-. Durante el

último año, un 68,5% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado leche en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extracomunitario de leche con café que supone un 92,8% del consumo total, un 95,6% del valor total y un 95,3% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

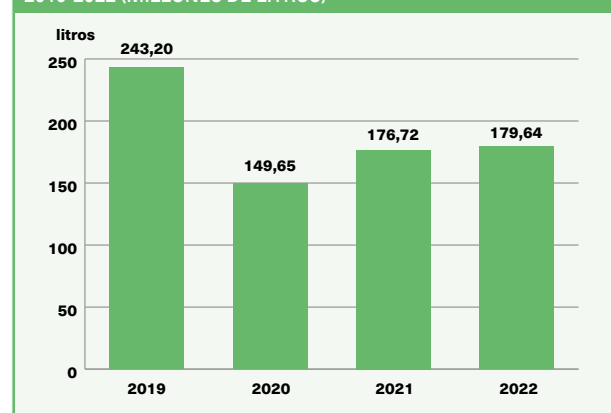
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LECHE, 2022

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL LECHE	179,64	5,22	1.557,45	45,25	1.398,29	59,30	68,51
Leche Sola	3,69	0,11	12,72	0,37	18,44	9,06	5,91
Leche Con Cacao	9,25	0,27	54,89	1,59	46,23	8,55	15,71
Leche Con Café	166,70	4,84	1.489,84	43,28	1.333,62	58,91	65,77

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un ligero incremento del 1,7% en el consumo extracomunitario de leche.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LECHE, 2019-2022 (MILLONES DE LITROS)



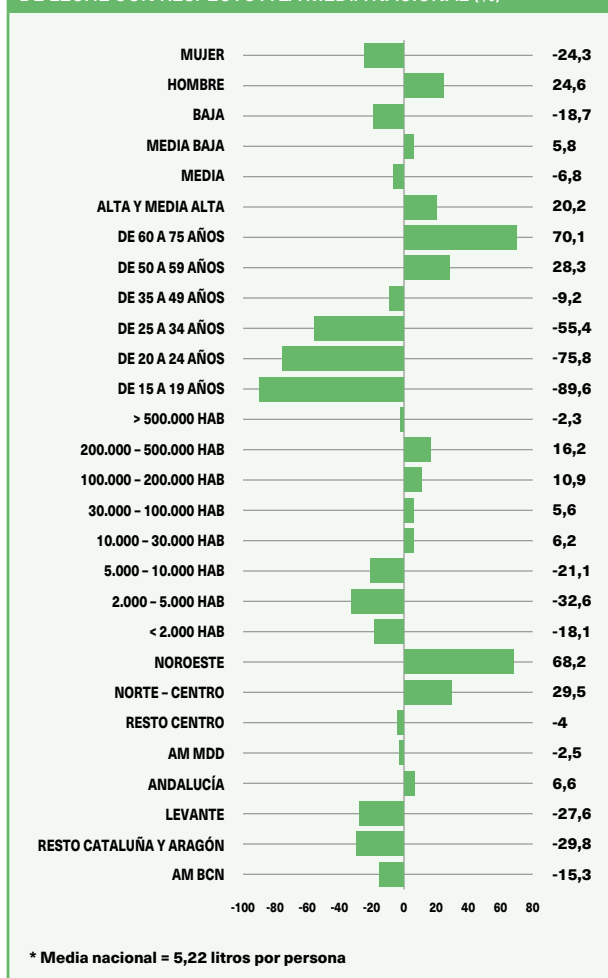


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de leche durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de leche en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de leche fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de leche aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de leche ofrece un patrón para la demanda extradoméstica con desviaciones favorables conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 200.000 a 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a municipios entre 5.000 y 10.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Noroeste, Norte-centro, y Andalucía, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Levante, Resto de Cataluña y Aragón, Resto Centro, y áreas metropolitanas de Barcelona y Madrid. ■

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



Consumo y gasto en legumbres

Durante el año 2022, el consumo extradoméstico de legumbres fue de 4,5 millones de kilos, que suponen 0,61 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en legumbres

ascienden a 45,9 millones –de forma concreta, 6,3 por persona-. Durante el último año, un 21,1% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado legumbres en alguna consumición fuera del hogar.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LEGUMBRES, 2022

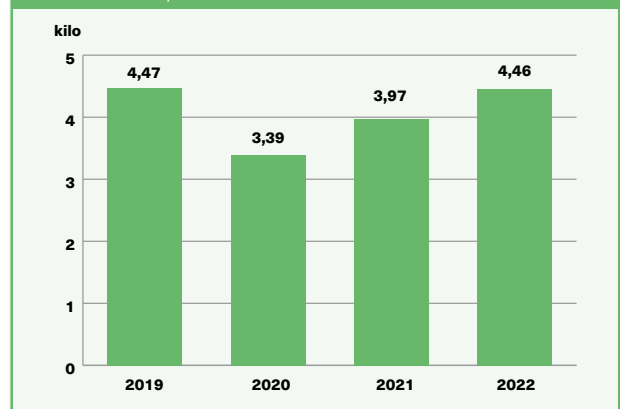
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL LEGUMBRES	4,46	0,61	45,76	6,30	21,08



EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un incremento del 12,3% en el consumo extradoméstico de legumbres motivado principalmente por la recuperación frente a los efectos anteriores.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LEGUMBRES, 2019-2022 (MILLONES DE KILOS)



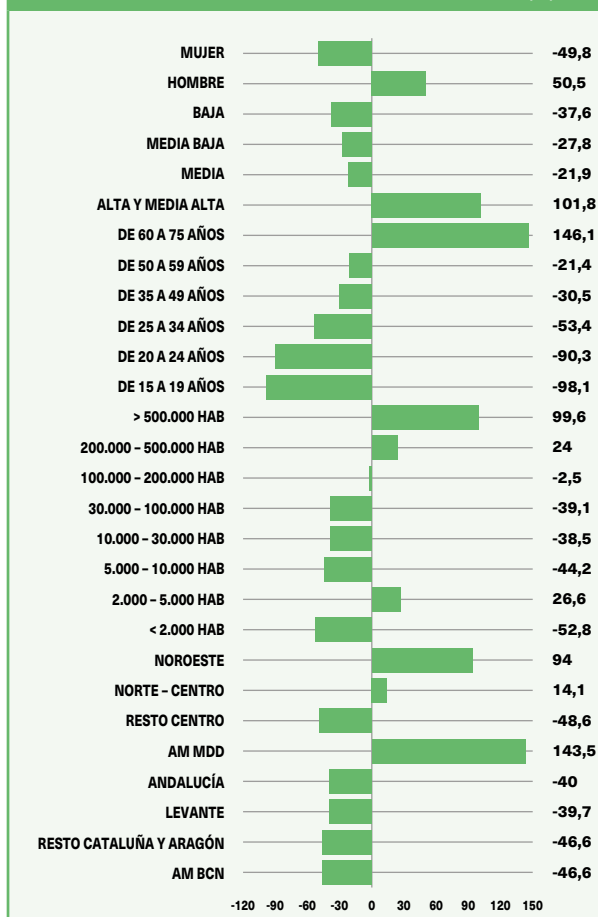


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de legumbres durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

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



* Media nacional = 0,61 kilos por persona

Consumo y gasto en pan

Durante el año 2022, el consumo extradoméstico de pan fue de 164,1 millones de kilos, que suponen 5,5 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en pan ascien-

den a 1.867,3 millones –de forma concreta, 62,7 por persona-. Durante el último año, un 86,5% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado pan en alguna consumición fuera del hogar.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PAN, 2022

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL PAN	164,10	5,51	1.867,33	62,73	86,48

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un ligero incremento del 2,2% en el consumo extradoméstico de pan motivado principalmente por la progresiva recuperación frente a los ejercicios anteriores.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PAN, 2019-2022 (MILLONES DE KILOS)



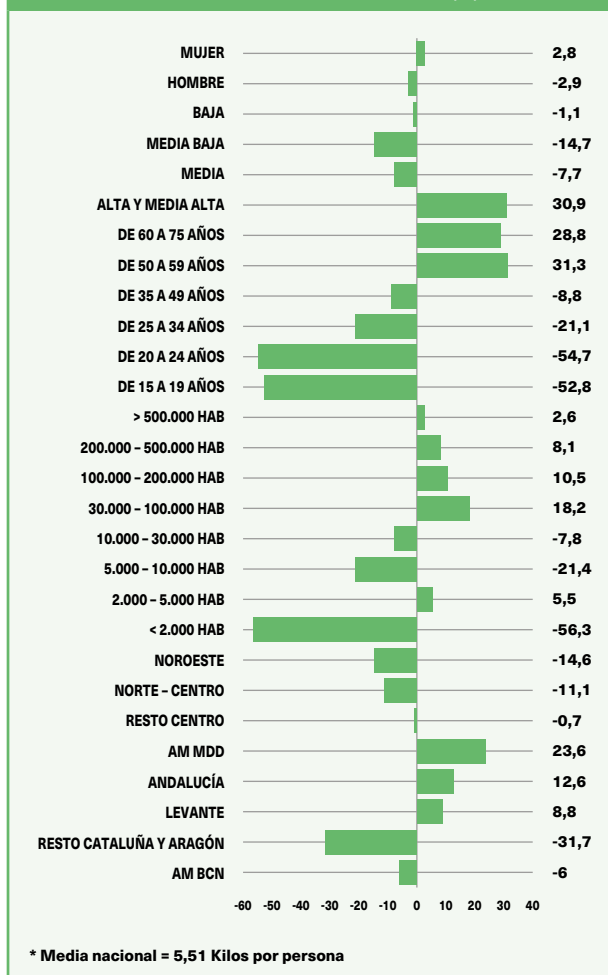


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de pan durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo ligeramente superior en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de pan fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de pan aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de pan ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van haciendo más favorables a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 30.000 y 100.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a pequeños municipios (menores de 2.000 habitantes).
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el área metropolitana de Madrid, Andalucía y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en Resto de Cataluña y Aragón, las zonas Noroeste, Norte-centro, área metropolitana de Barcelona y Resto Centro. ■

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



Consumo y gasto en pastas

Durante el año 2022, el consumo extracomunitario de pastas fue de 8,5 millones de kilos, que suponen 0,6 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en pastas

ascienden a 95,8 millones –de forma concreta, 6,9 por persona-. Durante el último año, un 40,5% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado pastas en alguna consumición fuera del hogar.

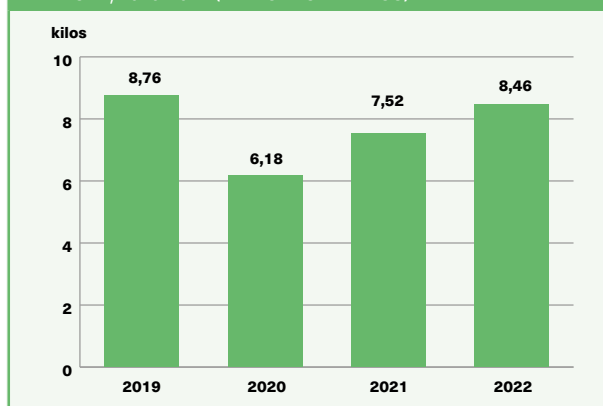
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PASTAS, 2022

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL PASTAS	8,46	0,61	95,77	6,87	40,48

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un incremento del 12,5% en el consumo extracomunitario de pastas motivado principalmente por una progresiva recuperación con respecto a los ejercicios anteriores.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PASTA, 2019-2022 (MILLONES DE KILOS)



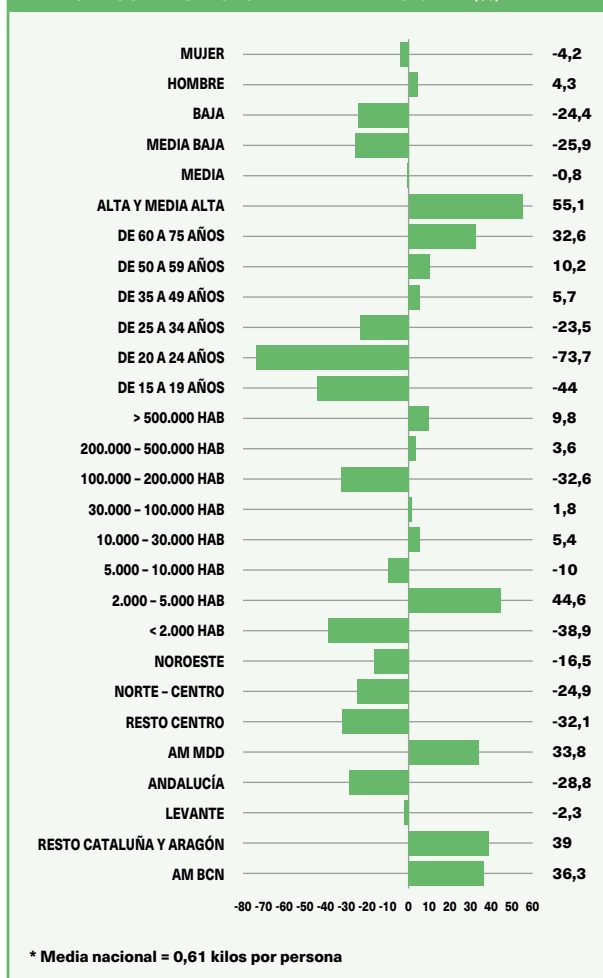


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de pastas durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

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



Consumo y gasto en pescados y mariscos

Durante el año 2022, el consumo extradoméstico de pescados y mariscos fue de 146,0 millones de kilos, que suponen 6,0 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en pescados y mariscos ascienden a 696,2 millones –de forma concreta, 28,7 por persona-. Durante el último año, un 70,5% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado pescados o mariscos en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo medio extradoméstico más notable se asocia a los mariscos (4,4 kilos por persona) y, de

manera concreta, a langostinos y gambas (1,8 kilos per cápita) y a calamares (1,2 kilos por persona). En términos de consumiciones, los pescados concentran el 58,5% y resulta significativa la participación de salmón (5,3%) y sardinas (2,4%).

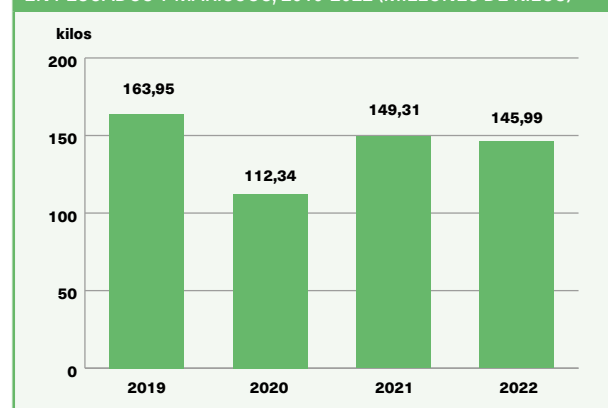
Los mariscos (4,4 kilos y 14,9 consumiciones por persona) fueron importantes en el consumo extradoméstico durante el año 2022. Destaca, de manera más significativa, las consumiciones de calamares (un 38,8% sobre el total de mariscos).

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PESCADOS Y MARISCOS, 2022					
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL PESCADOS Y MARISCOS	145,99	6,02	696,15	28,71	70,45
PESCADOS	59,28	2,69	407,00	18,50	63,91
MERLUZA/PESCADILLA	2,33	0,52	12,70	2,84	12,97
BOQUERONES	2,05	0,46	16,22	3,62	13,00
SARDINAS	1,59	0,38	16,65	3,95	12,24
RAPE	0,54	0,35	2,80	1,80	4,50
DORADA	1,53	0,59	7,79	3,01	7,51
SALMON	6,10	0,82	37,30	4,98	21,76
ATUN FRESCO	3,74	0,72	22,71	4,37	15,11
RESTO PESCADOS	41,40	2,01	294,37	14,28	59,89
MARISCOS	86,71	4,43	292,40	14,93	56,88
CALAMARES	18,63	1,20	113,29	7,29	45,13
PULPO/SEPIA	17,57	1,43	81,27	6,63	35,60
LANGOSTINOS/GAMBAS	24,56	1,82	117,82	8,74	39,18
OTROS MARISCOS	25,95	1,82	127,86	8,97	41,41

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido una ligera reducción del -2,2% en el consumo extradoméstico de pescados y mariscos.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PESCADOS Y MARISCOS, 2019-2022 (MILLONES DE KILOS)



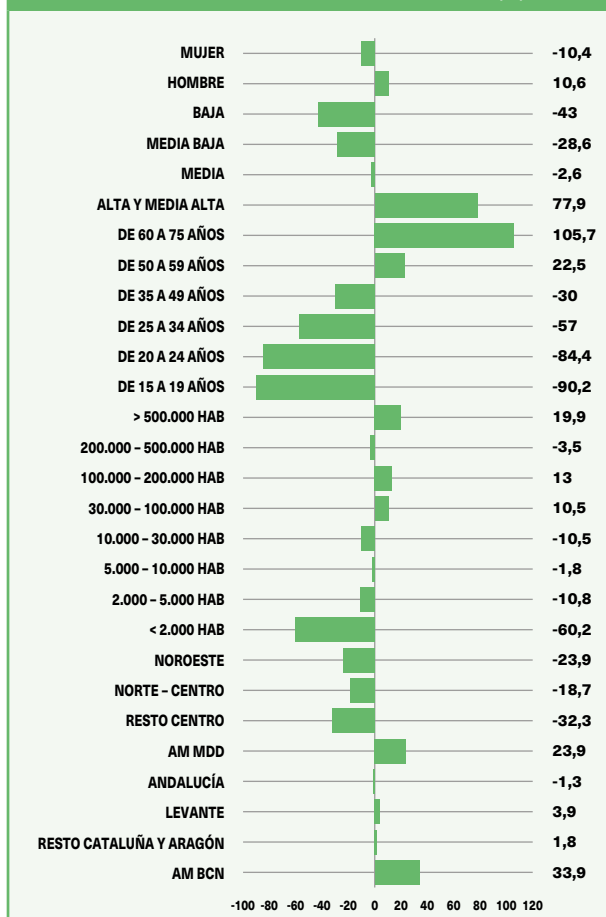


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de pescados y mariscos durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

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



* Media nacional = 6,02 kilos por persona

Consumo y gasto en refrescos

Durante el año 2022, el consumo extradoméstico de refrescos fue de 356,5 millones de litros, que suponen 10,4 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.742,9 millones de euros que suponen 50,6 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de refrescos llegan a 1.098,5 millones –de forma concreta, 39,8 por persona-. Durante

el último año, un 80,3% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado refrescos en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extradoméstico de colas que supone un 53,3% del consumo total, un 60,7% del valor total y un 61,1% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

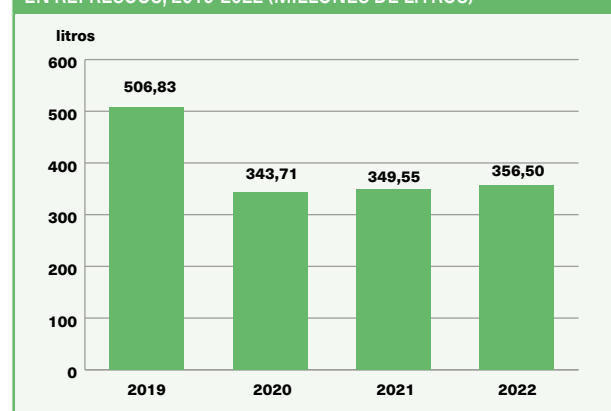
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN REFRESCOS, 2022

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BEBIDAS REFRESCANTES	356,50	10,36	1.742,86	50,63	1.098,52	39,75	80,30
COLAS	189,98	5,52	1.058,80	30,76	670,79	27,98	69,65
COLA REGULAR	86,76	2,52	517,89	15,05	330,73	18,38	52,29
LIGHT/ZERO	103,22	3,00	540,91	15,71	340,06	20,16	49,02
CON CAFEINA	190,34	5,53	844,67	24,54	537,58	24,10	64,81
SIN CAFEINA	36,46	1,06	179,95	5,23	111,35	12,51	25,87
FRUTAS CON GAS	55,00	1,60	178,39	5,18	129,38	10,04	37,44
FRUTAS SIN GAS	12,42	0,36	50,89	1,48	29,16	4,71	18,00
RESTO	24,18	0,70	142,36	4,14	75,39	8,04	27,23

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un ligero incremento del 2,0% en el consumo extradoméstico de refrescos.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN REFRESCOS, 2019-2022 (MILLONES DE LITROS)



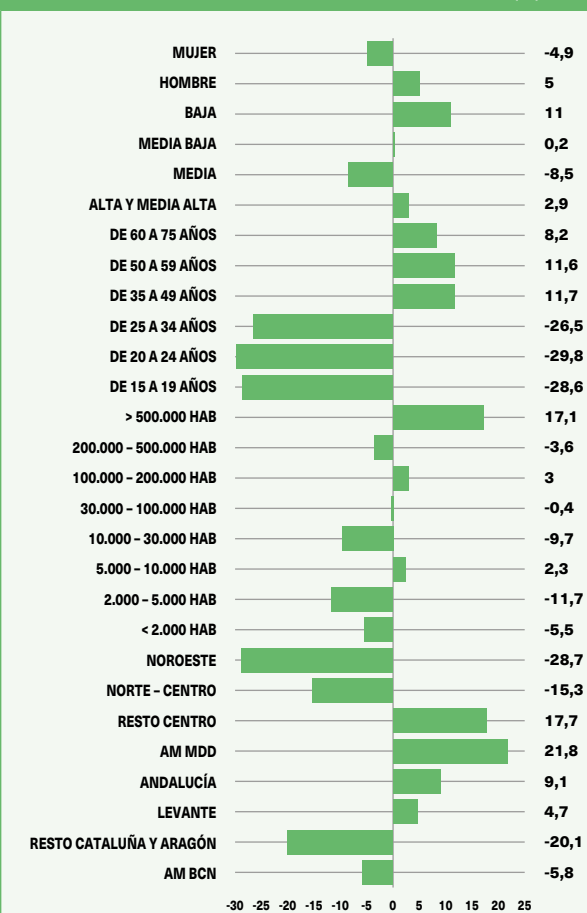


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de refrescos durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo superior de refrescos en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase baja tienen un consumo superior de refrescos fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de refrescos llega al nivel máximo en individuos de 35 a 49 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de refrescos no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica con desviaciones que se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios mayores de 50.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Resto Centro y área metropolitana de Madrid, Andalucía y Levante mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Norte-centro, Noroeste, Resto de Cataluña y Aragón, y área metropolitana de Barcelona. ■

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



* Media nacional = 10,36 litros por persona

Consumo y gasto en sidra

Durante el año 2022, el consumo extradoméstico de sidra fue de 18,8 millones de litros, que suponen 0,6 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 67,8 millones de euros que suponen casi 2,0 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de sidra llegan a 27,3 millones –de forma concreta, 10,3 por persona-. Durante el último año, un 7,7% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado sidra en alguna consumición fuera del hogar.

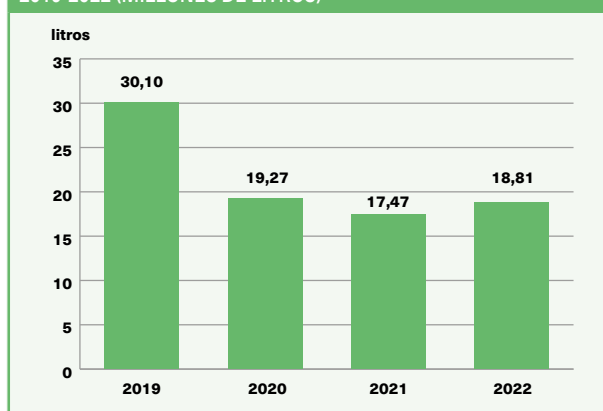
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN SIDRA, 2022

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
SIDRA	18,81	0,55	67,78	1,97	27,26	10,27	7,71

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un incremento del 7,4% en el consumo extradoméstico de sidra.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN SIDRA, 2019-2022 (MILLONES DE LITROS)



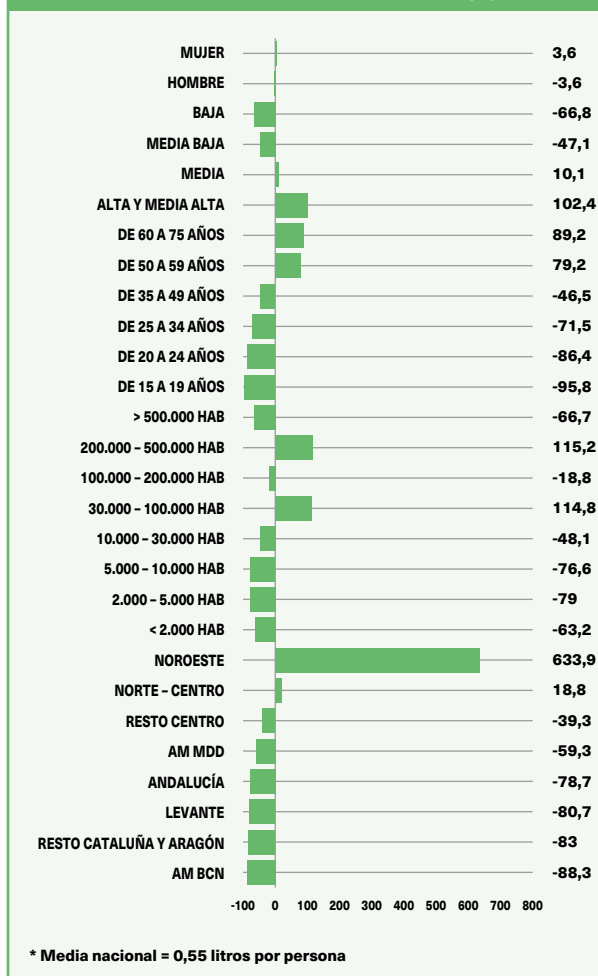


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de sidra durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son reducidas aunque se advierte un consumo superior de sidra en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de sidra fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de sidra sólo cuenta con desviaciones positivas en los consumidores de mayor edad, es decir, en individuos de 60 a 75 años y en los de 50 a 59 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de sidra no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 200.000 a 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones negativas en todas las regiones menos en el área Noroeste (que concentra una gran cantidad de la demanda de este producto) y Norte-Centro. ■

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



Consumo y gasto en vino y derivados

Durante el año 2022, el consumo extracomunitario de vino y derivados fue de 143,5 millones de litros, que suponen 4,2 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.042,5 millones de euros que suponen 30,3 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de vino y derivados llegan a 329,9 millones –de forma concreta, 20,0 por persona-. Duran-

te el último año, un 47,8% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado vino y derivados en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extracomunitario de vino tinto que supone un 38,7% del consumo total, un 46,4% del valor total y un 40,2% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN VINO Y DERIVADOS, 2022							
	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BEBIDAS DE VINO	143,50	4,17	1.042,50	30,29	329,85	20,03	47,83
VINO	94,58	2,75	824,84	23,96	245,07	18,24	39,02
TINTO	55,57	1,61	483,65	14,05	132,64	12,99	29,67
BLANCO	33,52	0,97	297,09	8,63	97,10	11,46	24,62
ROSADO	4,14	0,12	34,15	0,99	10,91	6,34	5,00
RESTO VINO	1,35	0,04	9,94	0,29	4,42	4,05	3,17
CAVA	4,25	0,12	25,29	0,73	6,70	3,83	5,08
OTRAS BEBIDAS DERIVADAS DEL VINO	44,67	1,30	192,38	5,59	78,08	8,29	27,37
TINTO DE VERANO	31,43	0,91	132,13	3,84	57,45	8,18	20,41
SANGRIA DE VINO	4,91	0,14	12,36	0,36	6,12	3,19	5,58
SANGRIA DE CAVA	2,46	0,07	11,42	0,33	2,85	3,22	2,57
CALIMOCHO	2,08	0,06	12,43	0,36	4,47	6,74	1,93
REBUJITO	0,70	0,02	1,92	0,06	0,94	3,02	0,90
ESPUMOSO / LAMBRUSCO / MOSCATEL	3,10	0,09	22,12	0,64	6,24	3,34	5,43

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un incremento del 11,1% en el consumo extracomunitario de vino y derivados.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN VINO Y DERIVADOS, 2019-2022 (MILLONES DE LITROS)



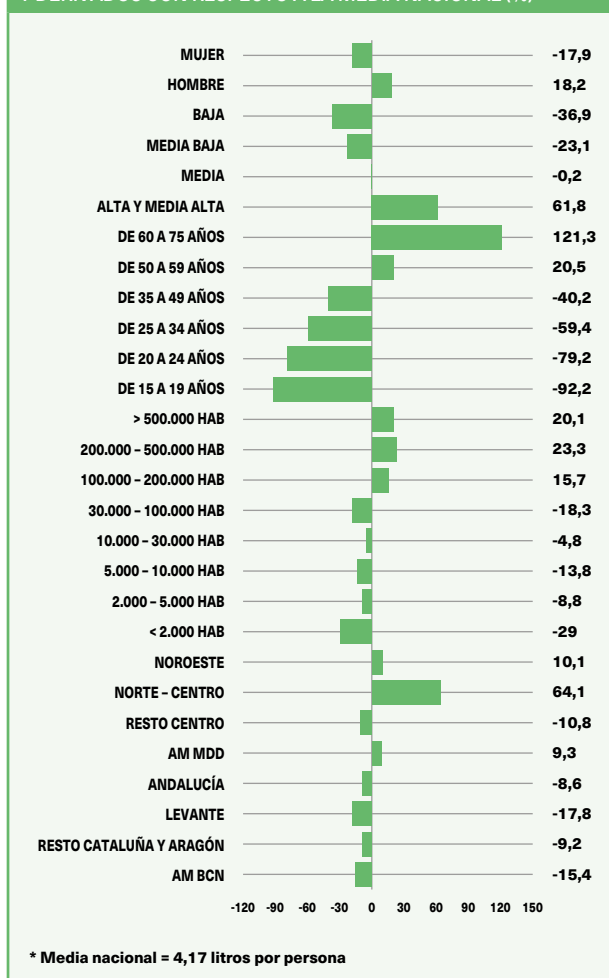


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extracomunitario de vino y derivados durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

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



Consumo y gasto en zumo

Durante el año 2022, el consumo extracomunitario de zumo fue de casi 44,0 millones de litros, que suponen 1,3 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 231,4 millones de euros que suponen 6,7 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de zumo llegan a 133,3 millones –de forma concreta, 9,1 por persona-. Durante el último año, un 42,7% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado zumo en alguna consumición fuera del hogar.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ZUMO, 2022							
	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL ZUMO / HORCHATA / MOSTO	43,98	1,28	231,38	6,72	133,28	9,07	42,70

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2022, se ha producido un incremento del 10,1% en el consumo extracomunitario de zumo.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ZUMO, 2019-2022 (MILLONES DE LITROS)



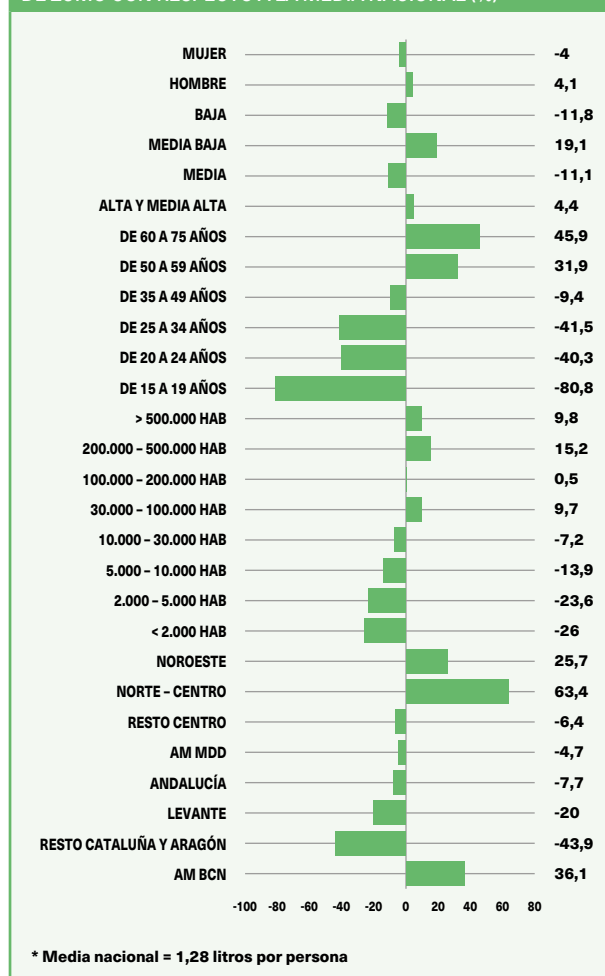


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de zumo durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

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





14

Bio PRODUCTOS ECOLÓGICOS

INFORMACIÓN POR SECTORES

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2023
mercasa

CEREALES



El cultivo de los cereales hizo posible que el ser humano pasara de ser un mero recolector a ser agricultor, asegurando así su alimentación. El éxito en su producción, almacenamiento y utilización ha sido fundamental para el desarrollo de la civilización moderna.

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

TIPOS Y CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES

Los cereales son plantas herbáceas monocotiledóneas de ciclo vegetativo anual que comprenden varias especies y pertenecen a la familia de las gramíneas.

Su adaptabilidad a diferentes suelos y condiciones climáticas ha propiciado su extensión por todo el mundo y se han convertido en uno de los principales productos de la dieta alimenticia, tanto para humanos como para animales.

Además del grano, de los cereales también se aprovecha la paja como fuente de celulosa en la alimentación de animales rumiantes, así como también para cama del ganado, acolchado de suelos como cubierta vegetal inerte en cultivos leñosos como olivar y frutales; y otros aprovechamientos energéticos (biomasa).

Los cereales comprenden varias especies, entre las que destacan: trigo blando, trigo duro, cebada, centeno, triticale, avena, maíz, sorgo, arroz, alforfón, mijo y alpiste.

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

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

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

La semilla del cereal está formada por la cáscara y el grano, que está formado a su vez por el germen (que

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

	2020	2021	2022
MUNDO	774,4	779,12	788,9
EE.UU	49,75	44,8	44,9
UE	126,7	138,1	134,07
ESPAÑA	7,8	8,2	6,1

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA

tiene 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).

Por su lado, la cáscara 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.

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 el consumo mundial de cara a prevenir posibles 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

El de los cereales es el sector con mayor base territorial y con distribución a lo largo de todo el territorio nacional. Estos cultivos (sin incluir el arroz) ocupan

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CEREALES (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2020	2021	2022
TRIGO	7.817,1	8.220,1	6.105,9
CEBADA	10.955,8	8.863,7	6.692,5
MAÍZ	4.214,1	4.597,7	3.784,4
ARROZ (CÁSCARA)	747,8	624,4	381,3
AVENA	1.323,8	1.147,8	807,7
CENTENO	391,7	303,4	188,1
TRITICALE	756,2	757	599,7
TOTAL	26.207	24.514	16.560,0

FUENTE: MAPA

una media de 5,7 millones de hectáreas, de las que aproximadamente el 94% corresponde a cereales de siembras de invierno y el resto a los de primavera (maíz y, en mucha menor medida, sorgo). Las principales regiones cerealistas son Castilla y León, Castilla-La Mancha, Aragón y Andalucía.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, en 2022 la cosecha nacional de cereal fue muy mala, si la comparamos con la del año anterior, porque se redujo en volumen un 24,3%, mientras que los precios medios subieron en general un 33,6% (en el año anterior habían subido un 35,5%).

Por todo ello, el valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria finalmente aumentó un 1,1% con respecto a un año antes, hasta situarse en 6.211,6 millones de euros en términos corrientes, según datos del Ministerio de Agricultura.

En España, los cereales (arroz excluido) supusieron en 2022 el 9,8% del valor de toda la Producción de la Rama Agraria (PRA) a precios básicos y el 17,1% de la Producción de la Rama Vegetal (PRV). En ambos casos, los porcentajes fueron muy inferiores a los de 2021.

La producción total de cereales en 2022 (trigo, cebada, avena, centeno, triticale, maíz, sorgo, arroz y otros cereales minoritarios) se elevó a algo más de 16,5 millones de toneladas. Como suele ser habitual, la mayor cosecha fue la de cebada (6,7 millones de toneladas), seguida por la de trigo y maíz.

España es un país netamente importador de cereales. En la campaña de comercialización 2022/2023 (del 1 julio al 30 de junio) se importaron, según los datos del Ministerio de Agricultura, más de 18,8 millones de toneladas de cereales, prácticamente 4 millones más que en la campaña anterior. Las exportaciones de los principales cereales en dicha campaña (no en el año corriente) sumaron 666.700 toneladas, según las mismas fuentes. Entre producción, utilización y existencias, se llegó en la campaña 2022/23 a 36,5 millones de toneladas.

CEREALES EN LA UNIÓN EUROPEA

En la Unión Europea, el sector de los cereales es el segundo que más aporta a la renta agraria en el grupo de los cultivos, por detrás de las hortalizas. Los países con mayor producción de cereales de la UE son Francia, Alemania y Polonia.

Más de la mitad de la producción comunitaria de cereales corresponde al trigo, y de la otra mitad, un

tercio es cebada, otro tercio maíz y el tercio restante corresponde a cereales como la espelta, el centeno o la avena.

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

En 2022, el valor generado por estas producciones en la Unión Europea aumentó hasta llegar a 81.824 millones de euros, según datos de la Comisión Europea publicados a efectos de calcular la renta agraria anual. Respecto a la Producción Agraria final, el sector del cereal comunitario supuso el 15,2% y con relación de la Producción Vegetal final, el 27%.

La cosecha comunitaria de cereales (sin incluir el arroz) ascendió en a 267,6 millones de toneladas, un 9,5% menos que en la campaña anterior, según datos de la Comisión Europea.

La superficie cultivada esa campaña ascendió a 51,04 millones de hectáreas (un millón menos que en 2021) y los rendimientos medios a 5,2 toneladas por hectárea.

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



Casi dos tercios de los cereales de la UE se utilizan para la alimentación animal, y algo más de un tercio para el consumo humano. Sólo el 5% 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 producción de cereales en el mundo no ha dejado de aumentar en las últimas campañas. La FAO -organismo de la Organización de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación- estima que la producción mundial de cereales en la campaña 2022 (incluido el arroz) ascendió a 2.768 millones de toneladas, un 1,7% menos que la producción de la campaña anterior.

De esa producción mundial, casi el 44% correspondió a la producción de Asia, con países como China e India a la cabeza. Asimismo, el cereal más producido fue el trigo, seguido del arroz.

CEBADA

La cebada es el cereal más importante de España, tanto por la superficie cultivada como por la producción de grano. 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 caballo. Sin embargo,

en los últimos años el porcentaje de cebada cervecera se ha ido incrementando y ya representa casi el 92% de toda la cosecha.

En 2022 la producción total de cebada se situó en unos 6,7 millones de toneladas, un volumen inferior en un 24% a la cosecha de 2021. La producción de 2 carreras casi llegó a 6,1 millones de toneladas (en la campaña precedente se cosecharon más de 8,1 millones y en la anterior se superaron los 9).

Respecto al comercio, se importaron 1,9 millones de toneladas en la campaña 2022/2023, frente a unas exportaciones de sólo 100.000 toneladas, según los datos del Ministerio de Agricultura. Con respecto a la campaña anterior, se dispararon las importaciones y se redujeron mucho las exportaciones.

CEBADA EN LA UE

Al contrario de lo que sucedió en España, la producción de cebada en la Unión Europea (UE) aumentó en 2021 hasta rondar los 51,9 millones de toneladas.

De toda la cebada que se produce en la Unión Europea, cerca del 50% correspondió a la producción de cebada de dos carreras. En 2022, el país comunitario con mayor producción fue Francia, con 11,4 millo-

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

	2020	2021	2022
MUNDO	160,9	145,9	151,60
RUSIA	20,6	17,5	21,50
UE	54,42	51,8	51,90
ESPAÑA	10,9	8,8	6,70

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA

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

CC.AA	CEBADA 6 CARRERAS		CEBADA 2 CARRERAS		CEBADA TOTAL	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
ANDALUCÍA	67,1	54,5	176,9	123,3	244	177,8
ARAGÓN	37,9	28,1	1.554,7	1.193,3	1.592,6	1.221,4
BALEARES	16,7	16,5	11,1	11	27,8	27,5
CANARIAS	0	0	0,13	0,13	0,13	0,13
CANTABRIA	0	0	0,34	0,22	0,34	0,22
CASTILLA-LA MANCHA	395,68	310,8	2.034,7	1.568,1	2.430,38	1.878,9
CASTILLA Y LEÓN	180,7	112,11	2.919,6	2.060,8	3.100,3	2.172,91
CATALUÑA	5,2	4,3	686,4	518,4	691,6	522,7
COMUNIDAD VALENCIANA	3,8	2,1	37,9	22,8	41,7	24,9
EXTREMADURA	5,7	4,5	135,1	112,7	140,8	117,2
GALICIA	0	0	1,5	2,7	1,5	2,7
LA RIOJA	0	0	79,4	67	79,4	67
MADRID	1,3	0,9	106,5	104,5	107,8	105,4
MURCIA	20,4	33,2	25,6	24,4	46	57,6
NAVARRA	0	0	268,1	252,8	268,1	252,8
PAÍS VASCO	0	0	90,56	61,5	90,56	61,5
ESPAÑA	734,7	567,2	8.128,9	6.123,9	8.863,7	6.691,1

FUENTE: MAPA

nes de toneladas, seguido de Alemania (11,2 millones de toneladas, que tuvo una cosecha muy mala).

Por su lado, la producción mundial también aumentó en 2022 y se situó en cerca de 151,6 millones de tonela-

das, según estimaciones de la oficina de Agricultura del gobierno norteamericano (USDA). La FAO estimó una producción mundial de cebada un poco más baja. El 35% de la cosecha correspondió a la UE y son también importantes en producción de cebada Rusia y Ucrania.

TRIGO

En 2022 se cosecharon en España 6,1 millones de toneladas de trigo (un 26% menos que un año antes), de las que 5,4 millones correspondieron a la producción de trigo blando y el resto a la de duro.

La mayor producción se concentra en Castilla y León (el 43% en 2022), seguida muy de lejos por Aragón, Castilla-La Mancha y Andalucía.

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

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

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

Por otro lado, en España se utilizan también algo más de 3 millones de toneladas al año de trigo blando en la industria harinera y, teóricamente, la cosecha nacional debería servir para abastecer esa demanda,

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE TRIGO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Miles de toneladas	TRIGO BLANDO		TRIGO DURO		TRIGO TOTAL	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
CC.AA						
ANDALUCÍA	399	287,7	521,7	417,6	920,7	705,3
ARAGÓN	701,6	470,8	204,8	157,6	906,4	628,4
ASTURIAS	0,1	0,09	0	0	0,1	0,09
BALEARES	11,3	11	0,01	0,01	11,31	11,01
CANARIAS	0,2	0,2	0	0	0,2	0,2
CANTABRIA	2,2	1,8	0	0	2,2	1,8
CASTILLA-LA MANCHA	908,8	833,6	14,9	31,4	923,7	865
CASTILLA Y LEÓN	3.877,2	2.631,1	6,1	5,1	3.883,3	2.636,2
CATALUÑA	508,4	353,8	1,2	0,6	509,6	354,4
COMUNIDAD VALENCIANA	15	8,9	0,9	0,66	15,9	9,56
EXTREMADURA	201,9	216	17,48	13,3	219,38	229,3
GALICIA	35,2	27,6	0,27	0,2	35,47	27,8
LA RIOJA	140	106	0,04	0,04	140,04	106,04
MADRID	68,9	72,5	0,92	0,57	69,82	73,07
MURCIA	21,2	24	0,4	0,53	21,6	24,53
NAVARRA	415,5	342,6	1,37	1,19	416,87	343,79
PAÍS VASCO	142,7	89,1	1,37	1,19	144,07	90,29
ESPAÑA	7.449,7	5.477	771,46	629,99	8.220,1	6.105,9

FUENTE: MAPA

pues además el cultivo de trigo se está potenciando en muchas de las regiones productoras.

Respecto al comercio exterior, en la campaña 2022/2023 se importaron 5,8 millones de toneladas, entre trigo blando y trigo duro, y se exportaron 300.000 toneladas, según datos del Ministerio de Agricultura.

TRIGO EN LA UE

En la Unión Europea, la producción de trigo total (duro y blando) en 2022 fue de 134 millones de toneladas,

un 3% menos que en 2021. De la producción de trigo total, que representó casi el 40% de la cosecha comunitaria de cereales, la mayor parte fue trigo blando.

Como en el caso de la cebada, el primer país europeo productor de trigo es Francia, con 35 millones de toneladas en 2022, seguido de Alemania (22,5 millones de toneladas).

Sin embargo, en trigo duro -que es el cereal que se utiliza para elaborar la pasta- destaca Italia, con 3,6 millones de toneladas en 2022, un volumen que supuso más de la mitad de la cosecha comunitaria.

MAÍZ

La mayor parte de los cereales que se cultivan en España son de secano, pero en el caso del maíz y el sorgo lo que prima es el cultivo en regadío.

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.

La producción española en 2022 disminuyó hasta los 3,7 millones de toneladas, un 18% menos que en el año anterior. Destaca Castilla y León, con el 36,5% del total cosechado en 2022; seguida a distancia por Aragón y Cataluña.

España importó en la campaña 2022/23 un total de 10,5 millones de toneladas, mientras que exportó unas 220.000 toneladas, prácticamente los mismos volúmenes que en la campaña anterior.

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

MAÍZ EN LA UE Y EN EL MUNDO

Por su parte, en la Unión Europea no se consiguió incrementar la producción de maíz en 2022. Así, la producción comunitaria se redujo un 29% hasta los 52,3 millones de toneladas.

El país de la UE con mayor producción de maíz en 2022 fue Francia (10,8 millones de toneladas en

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MAÍZ GRANO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	110,6	91,6	57,5
ARAGÓN	1.048,8	1.286,7	1.045,6
ASTURIAS	1,2	1,2	1,0
BALEARES	0,6	0,6	0,6
CANARIAS	1,2	1,1	1,1
CASTILLA-LA MANCHA	199,14	244	216,9
CASTILLA Y LEÓN	1.483,4	1.631	1.383,1
CATALUÑA	475,7	426,6	460,0
COMUNIDAD VALENCIANA	3,2	2,57	5,2
EXTREMADURA	546,2	559,6	246,6
GALICIA	96	95,7	108,3
LA RIOJA	4,8	4,6	3,2
MADRID	57	52,1	56,4
MURCIA	2	1,16	1,5
NAVARRA	183,4	198,1	196,5
PAÍS VASCO	0,6	0,63	0,5
ESPAÑA	4.214,1	4.597,6	3.784,4

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE MAÍZ EN EL MUNDO, EN EE.UU, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Millones de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	1.129,4	1.217	1.147,50
EE.UU	358,44	382,9	348,70
UE	68,25	73,4	52,30
ESPAÑA	4,2	4,5	3,70

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA

2022), seguido de Rumanía con 7,4 millones de toneladas. También son grandes países productores Hungría e Italia.

A nivel mundial, el maíz es el cereal más importante desde el punto de vista de la producción y de la superficie cultivada. Desde hace varias campañas, la producción mundial supera los 1.000 millones de toneladas.

ARROZ

El arroz es un cereal fundamental para la alimentación humana, a la que se dedica el 95% de la producción mundial. Su origen se sitúa en Asia, probablemente en la India, hace más de 10.000 años, si bien fue China el país en el que comenzó y se extendió su cultivo. De Asia pasó a Europa oriental sobre el año 800 A.C. y llegó a España con la invasión musulmana, extendiéndose desde aquí a la Europa mediterránea y más tarde al continente americano.

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 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.

ARROZ EN ESPAÑA

La producción española en 2022 fue de 381.330 toneladas de arroz cáscara, un volumen inferior en un 39% con respecto al año anterior, que también fue malo en producción.

La Comunidad Valenciana, con el 30,8% de la producción, y Andalucía, con el 23,4%, concentran la mayor parte. Sin embargo, el cultivo también es importante en Extremadura, Cataluña y Aragón. Igualmente, está presente en Navarra, Murcia, Castilla-La-Mancha, La Rioja y Baleares.

En 2022, según datos del gobierno norteamericano, la producción mundial de maíz se elevó a 1.147,5 millones de toneladas, un 6% menos que en 2021. Estados Unidos es el principal productor del mundo, con algo más de 348 millones de toneladas cosechadas en el año 2022, un 9% menos que en el año anterior. El segundo país con mayor producción es China, que junto a Estados Unidos aporta más de la mitad de la cosecha mundial. El tercer país productor es Brasil (un 9% del total), seguido de la UE (6%) y de Ucrania (3%).

PRODUCCIONES DE ARROZ EN EL MUNDO, EN CHINA, EN EE.UU, EN LA UE Y EN ESPAÑA
(Millones de toneladas grano)

	2020	2021	2022
MUNDO	509,31	513,8	509,80
EE.UU	7,2	6	5,00
CHINA	148,3	149	146,00
UE	1,67	1,59	1,23
ESPAÑA	0,42	0,36	0,21

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA

De todo el arroz cultivado en España en 2022, el de variedad japónica (más conocido como arroz redondo), representó el 58% del total, mientras que el tipo indica (arroz largo) supuso el 42% restante. En los últimos años el arroz japónica ha ido perdiendo peso a favor del indica y en ambos casos los rendimientos por hectárea se han incrementado.

En cuanto al comercio exterior, en 2022 se exportaron 269.200 toneladas de arroz, un 13% más que un año antes (no son datos de campaña, sino del año natural), por un valor de 226 millones de euros, según datos de Comercio. Por su lado, en 2022 se importaron 414.900 toneladas, un 44% más que un año antes, por un valor de 262,7 millones de euros.

ARROZ EN LA UE

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

La producción de 2022 se situó en 1,23 millones de toneladas (arroz grano), un volumen inferior en un 22,6% al del año precedente.

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

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

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

Finalmente, a nivel mundial, como en el año anterior la producción de arroz registró un ligero retroceso con respecto al año precedente. En total, la producción mundial de arroz en grano ascendió a 509,8 millones de toneladas, según datos del Gobierno de Estados Unidos.

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

CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	305,40	182	89,30
ARAGÓN	24,3	24,4	17,00
BALEARES	0,09	0,07	0,07
CASTILLA-LA MANCHA	0,5	0,55	3,95
CATALUÑA	136	134,4	127,48
COMUNIDAD VALENCIANA	114,8	115,5	117,70
EXTREMADURA	151,6	152,9	13,50
MURCIA	1,9	1,8	1,75
NAVARRA	12,9	12,56	10,57
OTRAS CCAA	0,3	0,1	0,03
ESPAÑA	747,8	624,3	381,33

FUENTE: MAPA

China, con 145,9 millones de toneladas de arroz grano en 2022, un 2% menos que en 2021, volvió a ser el primer país productor del mundo; seguida de India (136 millones de toneladas en 2022), Indonesia, Bangladés, Vietnam, Tailandia, Filipinas, Brasil, Japón y Estados Unidos, cuya producción se situó en 5,1 millones de toneladas, un 16,3% menos que en la campaña anterior.



SORGO

El sorgo es un cereal de tallos largos parecidos a los del maíz, pero más delgados. Tiene hojas planas y largas, así como flores agrupadas en racimos colgantes.

Desde hace mucho tiempo, el sorgo está muy presente en África, Sudamérica y algunas zonas de Asia. Al ser un cereal libre de gluten, se usa también como sustituto del trigo para panificación destinada a celíacos.

En la Unión Europea no llega al millón de toneladas anuales de producción de sorgo. En cuanto a España, en 2022 se produjeron 14.400 toneladas de sorgo (cereal de siembras de primavera). La producción resultó notablemente inferior (11%) a la del año precedente.

Por su lado, según los datos del organismo para la agricultura y la alimentación de Naciones Unidas (FAO), la producción mundial de sorgo en 2022 llegó hasta los 61 millones de toneladas, un volumen superior al de la campaña anterior. En esta producción destacó África, con casi el 45% del total mundial, y con países como Nigeria y Etiopía a la cabeza. También sobresale Estados Unidos, que es el principal productor mundial de este cereal. En la UE se produjeron en 2022 algo más de 555.000 toneladas de sorgo.

OTROS CEREALES SECUNDARIOS

Si bien el trigo, la cebada, el maíz y el arroz son los cereales más cultivados a nivel mundial, hay también en mayor o menor medida representación de otras muchas producciones cerealistas en todos los países.

Según los datos de FAO, la producción de cereales secundarios (mijo, avena, centeno y otros) alcanzó en 2022 un volumen superior a los 1,4 millones de toneladas. El grueso de toda esa producción estaba en Europa.

Por su lado, en España se producen anualmente cantidades importantes de centeno, avena y triticale, así como también otros volúmenes muy minoritarios de cereales como la espelta (muy ligada a la producción ecológica), el mijo o el alpiste.

La producción española de centeno alcanzó en 2022 las 188.100 toneladas, un 38% menos que en la cam-

paña 2021. Igualmente, la cosecha nacional de avena disminuyó hasta las 807.700 toneladas.

El triticale es un cereal que en la última década se ha desarrollado especialmente en España. En 2022 se produjeron algo menos de 600.000 toneladas, muy por debajo del nivel alcanzado en el año anterior. La reducción de la superficie y los efectos de la sequía fueron la causa de estas caídas de cosecha.

CEREALES SECUNDARIOS EN LA UE

En la Unión Europea existen también producciones minoritarias de cereal que en el año 2022, que aportan cerca de 2% de la Producción Vegetal final, a efectos de calcular la renta agraria comunitaria.

La campaña de centeno en la UE se saldó con una producción de casi 7,4 millones de toneladas, muy por debajo de la del año anterior, y la de avena con 7,4 millones de toneladas (más de un millón de toneladas por encima de la del año pasado). Por su lado, la producción de triticale se redujo de nuevo en 2022 y quedó en torno a los 11,4 millones de toneladas. Finalmente, la producción comunitaria de otros cereales fue de 2,7 millones de toneladas en 2022, muy por debajo de los 3,8 millones del año precedente.

USOS DE CEREAL

El consumo interno de cereales ronda al año los 37 millones de toneladas y dependiendo de la cosecha y de las existencias almacenadas procedentes de la campaña anterior, es necesario importar más o menos grano para abastecer el mercado.

De ese consumo interno, algo más de 28,4 millones de toneladas va a la alimentación animal, que consume especialmente maíz, cebada y trigo blando. Por su lado, a la alimentación humana se destinan unos 4,9 millones de toneladas y en este caso, la mayor parte son trigo blando que se destina a la industria panificadora y a la repostería. Hay una pequeña partida (unas 600.000 toneladas) de trigo duro que también se destina a la alimentación humana y que se usa principalmente para la elaboración de pastas.

Además, 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, una parte pequeña de la producción de avena se destina al consumo humano, principalmente en forma de gachas que tienen un elevado contenido energético. ■

HARINAS

La producción industrial de harinas tuvo un gran impulso en los dos primeros años de la pandemia, que continuó también en 2022.

La producción española de harina de trigo superó los 3,62 millones de toneladas en 2022, un 2,8% más que en 2021, según los datos publicados en la Encuesta Industrial de Productos del INE. Esta producción alcanzó un valor de 1.735 millones de euros, también muy por encima del monto de un año antes. Además de harinas de trigo, las harineras españolas produjeron en 2022 98.412 toneladas de harina de otros cereales, por un valor de 53,8 millones de euros. Este crecimiento de la producción de harina se debe al interés del consumidor por probar panes y dulces elaborados con otras harinas distintas al trigo (centeno, especialmente).

Asimismo, también hubo una producción minoritaria (21.624 toneladas) de harinas y sémola de legumbres desecadas, boniatos, etc. La producción de 2022 fue superior en 7.000 toneladas a la de 2021. Además, se produjeron mezclas y pasta para la elaboración de productos de panadería (88.995 toneladas, muy por encima de un año antes).

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

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

De acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística, en 2022 había registradas 407 empresas en el sector de la molinería, almidones y productos amiláceos. Asimismo, la industria de transformación de trigo en harina y sémola engloba a cerca de 118 empresas (110 harinas y 8 semoleras).

Prácticamente el 85% de estas empresas están integradas en la Asociación de Fabricantes de Harinas y Sémolas de España (AFHS), que es una de las organizaciones empresariales más antiguas de España. pues figura inscrita con el número 1 del Registro de Asociaciones tras haber sido constituida al amparo de la Ley de Asociaciones Profesionales de 1977.

Según los datos de AFHS, el sector está integrado en casi su totalidad por pequeñas y medianas empresas de ca-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HARINAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Harinera Vilafranca, S.A. *	561,34
Grupo Harántico	370
Grupo Harinera La Meta, S.A	145
Harineras Villamayor, S.A.	133
Harinera Arandina, S.A.	81,93
Aragonesa de Harinas, S.A (Grupo Regany)	56,74
Harinera del Selgua. S.A (Grupo Regany)	55
Agri-Energía, S.A	45
Antonio Cano e Hijos, S.A. *	38,7
Harinas Polo, S.A	25

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye la facturación de otras producciones.

rácter familiar, en segunda, tercera y hasta cuarta generación. La industria de transformación de trigo en harina y sémola englobaba en 2022 a un total de 98 fábricas. Las fábricas de harina activas ascendían en esa fecha a 90, mientras que las industrias semoleras contaban con 7 instalaciones. Todas cuentan con capital 100% español.

Las regiones con mayor número de fábricas harineras son Castilla y León, Andalucía, Castilla-La Mancha, Galicia y la Comunidad Valenciana. Por su lado, las empresas semoleras están principalmente en Andalucía, Aragón y Cataluña.

Aproximadamente el 80% de estas empresas, se ubican en el medio rural y, generalmente, están próximas a zonas cerealistas donde tradicionalmente han ayudado a la creación de empleo y a la dinamización de la actividad económica.

El número de trabajadores del sector no llega a las 2.500 personas, pues cada empresa tiene una media de 20 empleados.

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

El grupo empresarial más importante del sector (que engloba también la producción de otras actividades) registró en 2022 unas ventas de 561 millones de euros (muy por encima de la cifra del año anterior), mientras que el segundo llegó a los 370 millones de euros y el tercero ronda los 145 millones de euros de facturación.

El resto de las 10 primeras empresas del sector contaban en 2022 con facturaciones que iban de los 133 a los 25 millones de euros. Muchas de estas empresas tienen actividades en otros sectores como la producción de pasta.

COMERCIO EXTERIOR

Como es habitual, la balanza comercial del sector de las harinas tuvo un saldo negativo en 2022. En total, harinas de trigo y otros cereales, se importaron 272.121 toneladas, un 20% más que el del año anterior. Asimismo, también se exportaron 146.781 toneladas, también por encima de 2021, según los datos de Comercio.

Tanto en compras como en ventas destacó la partida de harina de trigo (181.863 toneladas importadas y 116.933 exportadas), así como también la de harina de maíz.

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

Por su parte, los principales mercados de destino de las harinas son países del África Subsahariana, el Magreb y Oriente Medio. También son importantes las ventas de harina a países como Francia y Portugal. ■

PAN

El sector industrial del pan tuvo un positivo balance en 2022 gracias al espectacular incremento de la producción. Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos, que cada año publica el Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción industrial de pan fresco en España alcanzó los 3,3 millones de toneladas, un 65% más que en el año anterior. El valor de estas producciones superó los 3.843,5 millones de euros.

De esa producción total, 2,9 millones de toneladas eran pan fresco en sus diversas formas y el resto (346.225 toneladas), pan fresco de molde.

Además de pan fresco (de molde o no), también hay una importante producción de pan de larga duración. En 2022 los datos del INE constataron un total de 28.397 toneladas de colines (algo más que en 2021), por un valor de 73,5 millones de euros; 129.139 toneladas de pan tostado o similar (más que un año antes), por un valor de 261,5 millones de euros; 86.304 toneladas de pan rallado (mucho más que un año antes), por un valor de 86,7 millones de euros y 500 toneladas de pan crujiente tipo Knäckebrot.

En 2019 entró en vigor la norma de calidad del pan (Real Decreto 308/2019, de 26 de abril), por la que se define los diferentes tipos y garantiza al consumidor la adquisición de productos de calidad perfectamente caracterizados y etiquetados.

Entre otras cosas, la norma del pan define concretamente lo que es la masa madre, el pan común, el pan integral, el multicereal y el de otros cereales como el centeno. Asimismo, también se incluye la limitación de

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PANADERÍA FRESCA Y SECA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Cerealto SIRO Foods *	390
Monbake Grupo Empresarial. S.A.U (*)	378
VICKY Foods Products. S.L (Dulcesol, etc.).	283
Pepsico Foods, A.I.E. *	180
Grefusa, S.L. *	127
BIMBO S.A	66,7
Anitin Panes Especiales, S.L. *	59
Brioche Pasquier Recondo, S.L. *	47
Panadería Milagros Díaz. S.L	46,5
Pimad, S.A.	38

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.



la cantidad de sal que se puede emplear para elaborar el pan.

MASAS CONGELADAS

Aunque, en términos generales, el mercado del pan tiende a reducirse de año en año, es necesario indicar que también se están produciendo muchos cambios en la oferta que se comercializa. Así, continúa el ascenso de las ventas de los panes precocidos congelados que, progresivamente, acaparan cuotas cada vez mayores de ventas, en detrimento de otros tipos de presentaciones.

De acuerdo con los datos de la Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC), la producción de pan de masa congelada de sus empresas asociadas ascendió en 2022 a 745.896 toneladas, un 4,11% más que un año antes. Además de masa congelada de pan, los asociados de ASEMAC también produjeron en 2022 un total de 203.858 toneladas de masas de pastelería, un 9% más que un año antes.

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

En los últimos años han aparecido en el mercado ofertas variadas, relacionadas con los panes especiales y artesanos, que tienen cada vez más demanda.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial del pan (fresco y seco) está muy atomizado, ya que hay un gran número de pequeños y medianos operadores, muy a menudo de carácter casi artesanal, que conviven con obradores industriales.

En el segmento del pan fresco se aprecia más esa atomización del sector. Se estima que se encuentran activas unas 10.500 empresas, de las que sólo un 5% cuenta con más de 20 puestos de trabajo.

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

En la Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC) participan 30 de las grandes empresas del sector.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE MASAS CONGELADAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Europastry, S.A. *	700
Panamar Bakery Group, S.L	290
Monbake Grupo Empresarial, S.A.U	378
Mercadona (División Masas Congeladas)	101**
Grupo Gourmet Okin	62
Atrian Bakers (Grupo)	59,8
Panificadora de Alcalá (*)	54
CSM Iberia, S.A (Baker & Baker)	35
Aryzta Bakeries Iberia	18

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye la facturación de otras producciones. (**) Estimación

El primer fabricante y distribuidor de productos de panadería fresca y seca facturó en 2022 por encima de los 390 millones de euros, mientras que el segundo grupo lo hacía por un valor de 378 millones y el tercero, por 283 millones de euros.

En el caso de las empresas de masas congeladas, la situación es radicalmente distinta, ya que el sector empresarial está formado por grandes grupos y los procesos de concentración resultan muy acusados. Así, por ejemplo, el mercado de panes industriales se lo reparten básicamente cuatro compañías multinacionales de muy grandes dimensiones.

Por su parte, de acuerdo con los datos de ASEMAC, la facturación de las industrias del pan que forman parte de su asociación aumentó en 2022 un 26,35% en su conjunto, sobre el año 2021. Estas empresas facturaron 988,8 millones de euros, según las mismas fuentes. ■



CONSUMO Y GASTO EN PAN

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 1.292,2 millones de kilos de pan y gastaron 3.254,1 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita se llegó a 27,9 kilos de consumo y 70,4 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al pan fresco y congelado (22,1 kilos por persona y año) y, principalmente, al pan fresco normal, con 19,3 kilos per cápita. En tér-

minos de gasto, el pan fresco y congelado concentra el 73,2% del gasto y resulta significativa la participación del pan fresco normal (45,5 euros). Por su parte, el pan industrial representa un consumo en los hogares españoles de 5,9 kilos por persona, y destaca, dentro de esta familia de productos, el pan industrial fresco (4,1 kilos per cápita). En cuanto al gasto, el pan industrial concentra el 26,7% restante y de nuevo destaca la participación del pan industrial fresco (15,3% del gasto).

CONSUMO Y GASTO EN PAN DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PAN	1.292,2	27,9	3.254,1	70,4
PAN FRESCO Y CONGELADO	1.021,4	22,1	2.384,1	51,5
PAN FRESCO INTEGRAL	128,0	2,8	278,4	6,0
PAN FRESCO NORMAL	893,4	19,3	2.105,7	45,5
PAN INDUSTRIAL	270,7	5,9	870,0	18,8
PAN INDUSTRIAL FRESCO	190,0	4,1	500,3	10,8
PAN INDUSTRIAL INTEGRAL	19,3	0,4	54,0	1,2
PAN INDUSTRIAL NORMAL	139,7	3,0	347,4	7,5
PAN INDUSTRIAL SIN CORTEZA	31,0	0,7	98,8	2,1
PAN INDUSTRIAL ENRIQUECIDO	77,5	1,7	226,3	4,9
PAN INDUSTRIAL SECO	80,8	1,7	369,8	8,0



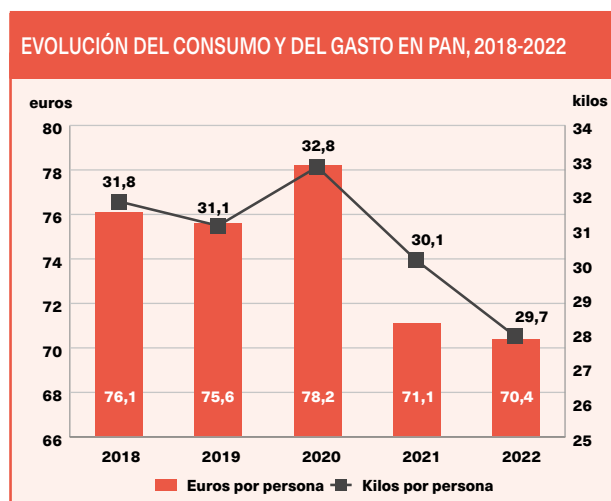
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de pan durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

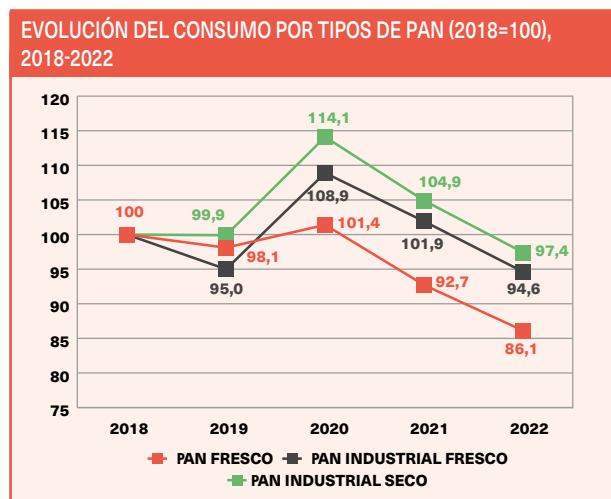
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de pan, mientras que los menores consumos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la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

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

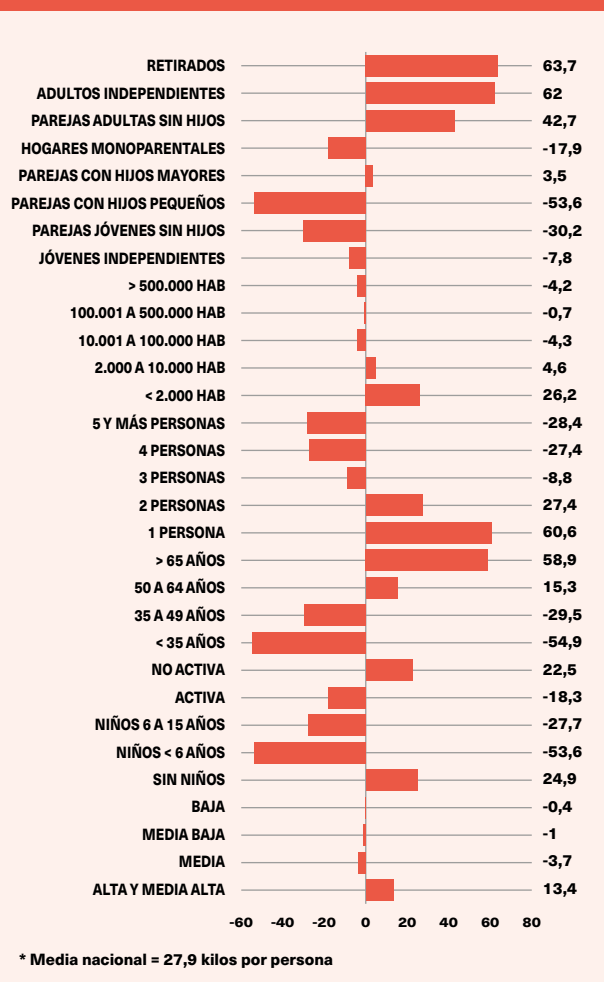
Durante los últimos años, el consumo de pan estaba disminuyendo aunque se advierte un repunte por los efectos del COVID-19 en el año 2020. Sin embargo, en el año 2021 y en el año 2022 vuelve a producirse un reajuste a la baja con una minoración del consumo y del gasto. En el periodo 2018-2022, el consumo y el gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2020 (32,8 kilos y 78,2 euros por consumidor).



En la familia de pan, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido bastante pareja entre los diferentes tipos de producto. Respecto a la demanda de 2018, el consumo de pan fresco, pan industrial fresco y pan industrial seco reflejan un descenso.

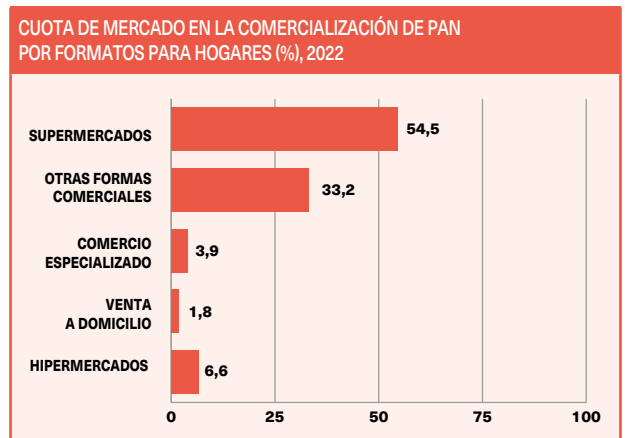


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PAN EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pan a los supermercados (54,5% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 33,2% y el hipermercado llega al 6,6%. La venta a domicilio de pan supone un 1,8% sobre el total y el resto de canales concentran un 3,9% de la cuota de venta global. ■



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

ANDALUCÍA
INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA
PAN DE ALFACAR *

CANARIAS
INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS
GOFIO CANARIO *

CATALUÑA
INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS
PA DE PAGÈS CATALÀ *

ARAGÓN
MARCA DE GARANTÍA
PAN

CASTILLA-LA MANCHA
INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS
PAN DE CRUZ DE CIUDAD REAL *

GALICIA
INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS
PAN DE CEA *
TARTA DE SANTIAGO *

PRODUCCIÓN INTEGRADA
CEREALES DE INVIERNO

CASTILLA Y LEÓN
MARCAS DE GARANTÍA
HARINA TRADICIONAL ZAMORANA
PAN DE VALLADOLID

LA RIOJA
PAN SOBAO DE LA RIOJA

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

Pan de Cruz de Ciudad Real

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

"Pan de Cruz de Ciudad Real"



Indicación Geográfica Protegida

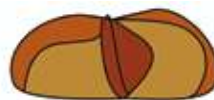
ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración del Pan de Cruz de Ciudad Real, que es originario de la zona de Almagro, Carrión de Calatrava y Manzanares, abarca toda la provincia de Ciudad Real.

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

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

Pan de Cea

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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



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 alveola 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 adquiriera 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 75 hornos elaboradores y 336 puntos de venta que comercializan anualmente aproximadamente 800.000 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



En consonancia con lo sucedido un año antes, el sector industrial de las galletas registró en 2022 un nuevo descenso de producción. De acuerdo con la Encuesta Industrial de Productos que publica cada año el Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción de galletas y barquillos alcanzó en 2022 un volumen cercano a las 508.933 toneladas, un 5,2% menos que un año antes, por un valor de 1.168 millones de euros, 75 millones más.

De la producción total de galletas, el grueso tanto en valor como en volumen fueron los dulces sin cobertura de cacao. En 2022 la producción de estas galletas aumentó un 0,9%, hasta las 308.954 toneladas, por un valor de 681,5 millones de euros, muy por encima de un año antes.

El grupo de galletas cubiertas con cacao fue el segundo en importancia (153.816 toneladas) y además experimentó un importante decrecimiento en volumen con respecto al año anterior. El valor esti-

mado de esta producción superó los 376 millones de euros.

El tercer grupo de productos en este sector fue el de barquillos, gofres y obleas de distintos tipos, que sumaron 4.909 toneladas, más que en el año 2021.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las galletas es un ejemplo de convivencia entre grandes empresas multinacionales, grandes empresas españolas del sector y muchas pequeñas empresas, que operan en nichos concretos de mercado o en un ámbito local o regional. A nivel de producto, también conviven marcas reconocidas en todo el mundo, con una variada oferta de productos, en ocasiones emblemáticos para los lugares en los que se producen.

El grupo más importante del sector registró en 2022 unas ventas de 531 millones de euros, por encima

del año precedente. El segundo grupo facturó 385 y el tercero 815 millones de euros, pero buena parte de este monto no procedió del negocio galletero, sino de otras áreas.

En cuarta posición en cuanto a facturación se situó otro gran grupo con gran tradición galletera, que facturó cerca de 390 millones de euros e incrementó sus cifras con respecto al año anterior, aunque como en el caso anterior tampoco toda la facturación era del negocio de las galletas.

Por debajo de estos cuatro grupos se situaron otras seis empresas, con facturaciones que fueron desde los 47 millones de euros a los 10 millones.

El grueso de las empresas galleteras está asociado a PRODULCE (Asociación Española del Dulce). Esta asociación estima que las empresas galleteras integradas en PRODULCE facturaron en 2022 un total de 1.520,5 millones de euros, con una producción de 461.000 toneladas. La facturación anual fue superior a la del año anterior (10%), pero el volumen fue inferior (5,3%).

Entre las industrias españolas, en valor la principal partida que se comercializó en 2022 fue la de galletas de merienda, con un porcentaje que ronda el 27,2% del total, seguidas muy de cerca por las galletas de desayuno familiar (21,3%); las de salud (18,4%) y las de desayuno infantil (11,9%). A continuación se sitúan las especialidades de adultos (11,2%), las saladas (5,1 %) y los surtidos (4,9%). Los porcentajes en volumen fueron ligeramente diferentes, según los datos de PRODULCE: 30,2% meriendas; 25,1% desayuno familiar; 13,7% desayuno infantil; 14,2% salud; 8,1% especial adultos; 4,6% saladas y 4,1% surtidos.

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

Por su lado, las marcas de distribución (MDD) han adquirido una gran importancia en este mercado, con una cuota del 73% en volumen y del 60% en valor. Las MDD son especialmente fuertes en el segmento de las galletas de desayuno y menos en las especialidades.

COMERCIO EXTERIOR

El sector de la galleta consiguió otro año más muy buenos resultados exteriores en 2022. Según los da-

tos de PRODULCE, las empresas asociadas aumentaron sus exportaciones un 17,6% en valor, mientras que en volumen se redujeron las ventas un 7,1%. Así, las exportaciones alcanzaron un valor de 521,2 millones de euros, para un volumen de 220.100 toneladas.

Mientras, las importaciones de este tipo de productos se elevaron un 15,7% hasta las 97.700 toneladas, por un valor de 287 millones de euros, un 21,2% más.

Según los datos de PRODULCE, uno de cada dos kilos de galletas producidas en España se exporta y entre los destinos principales destaca la UE con el 70,6% del total en 2022, un 1,6% menos que en el año anterior. Por detrás de la UE se situó América, con el 12% y África, con el 10,9% del total. Los países que más galletas españolas compraron fueron Portugal, Francia, Italia, Marruecos y el Reino Unido.

En cuanto a las importaciones, la UE vendió ese año el 97,7% del total. En este caso, los países que más galletas vendieron a España fueron Alemania, Italia y Polonia.

En cuanto al tipo de galletas que se exporta, las que más se vendieron en volumen fueron las de desayuno familiar, seguidas de las de desayuno infantil y las galletas de merienda

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

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS GALLETAS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Mondelez España Grupo *	815
Galletas Gullón, S.A, Grupo	531
Cerealto Siro Foods, S.L*	390
Grupo Adam Foods, S.L (Cuétara, Artiach, etc.)*	385,5
Nutrition & Santé Iberia, S.L (*)	87
Arluy, S.A (*)	47,2
La Flor Burgalesa, S.L	29,4
Dupont Biscuit Ibérica	20
Quely, S.A	14,3
Dicarcono, S.L	10,2

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye la facturación de otras producciones.

PASTELERÍA INDUSTRIAL

La producción de pastelería y bollería industrial tuvo un buen año en 2022, por el aumento de la producción y del consumo. De acuerdo con los datos de la Asociación española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC), la producción de pastelería y bollería industrial de sus empresas asociadas aumentó un 9% hasta alcanzar 203.858 toneladas.

En el ámbito empresarial, el mercado de bollería y pastelería en España muestra claros síntomas de madurez y registra muy pequeñas oscilaciones. En general, el sector busca abrir nuevos mercados y generar más valor añadido.

Uno de los productos que sigue teniendo un comportamiento más dinámico es el de las referencias con menos azúcar y las ecológicas. La mayoría de las empresas está trabajando para desarrollar referencias con menos grasas saturadas, incluyendo en las formulaciones aceite de oliva o de girasol.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

A nivel empresarial, el mercado español de la bollería y pastelería industrial se encuentra en manos de unos pocos y grandes grupos que, muy a menudo, son filiales de enormes compañías multinacionales. La dura competencia ha hecho que se refuercen los procesos de concentración de las empresas.

Las empresas del sector de la bollería y la pastelería industrial asociadas a PRODULCE (grupo en el que

también están las empresas del pan) facturaron en 2022 un total de 1.176 millones de euros, un 1,2% menos que en el año anterior.

Por su lado, las empresas asociadas a ASEMAC en el subsector de la pastelería facturaron 672.279 millones de euros en 2022, un 29% más que en 2021. ASEMAC es una organización profesional que está presente en todas las comunidades autónomas.

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

Aunque no es la primera en facturación si tenemos en cuenta el cómputo global de sus producciones, Vicky Foods es la principal empresa productora de bollería y pastelería industrial y alcanzó una facturación en 2022 superior a los 536 millones de euros, de los cuales el 78% procedería de la pastelería industrial.

La segunda empresa productora de este tipo de pastelería llegó a 500 millones de facturación, si bien el porcentaje que aporta el sector de la bollería industrial es inferior al de Vicky Foods. Finalmente, la tercera empresa es también un gran grupo alimentario con ramificaciones en otros sectores y facturó en conjunto unos 390 millones de euros.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado y acaparan el 70% de las ventas en volumen y el 55% en valor. La primera oferta marquista (MDF) tuvo unos porcentajes respectivos del 9% y del 17%.

COMERCIO EXTERIOR

Dentro del sector del dulce, la pastelería y bollería industrial son el cuarto contribuyente en valor a las exportaciones totales. A pesar de los esfuerzos que realizan las empresas del sector, la venta exterior es difícil por las tradicionales limitaciones que tienen estos productos a la hora de venderse fuera (caducidad, problemas de transporte, etc.).

Sin embargo, en 2022 las exportaciones crecieron de nuevo. Según los datos de PRODULCE (que incluyen también a las empresa del pan), en valor las ventas aumentaron un 28,7% hasta los 146,6 millones de euros, mientras que en volumen lo hicieron un 9,4%, hasta las 53.800 toneladas. Hay que tener

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PASTELERÍA Y BOLLERÍA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Vicky Foods Products (*)	536
Bimbo Donuts Iberia, S.A.U. *	500
Dulca, S.L	34,5
Codan, S.A. (*)	25
Horno de San Juan, S.L	24,5
Granja San Francisco, S.L. *	22,75
El Pequeño Molino	19,5
Dulmatesa S.L (López Food Group) (*)	20,5
Ind. Pastelera San Narciso, S.A (INPANASA)	18,86
Grupo Inés Rosales	16
El Quiteriano	8,7

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022 *Incluye la facturación de otras producciones.

en cuenta que estos datos corresponden a las empresas asociadas a PRODULCE.

El grueso de las ventas tiene lugar en el continente europeo (85,1%) y como países, los primeros destinos fueron Portugal, Reino Unido, Francia, Polonia y Marruecos.

Por su lado, las importaciones alcanzaron en 2022 un valor de 122,3 millones de euros, con un volumen de 31.200 toneladas. Con relación al año anterior, se produjo una subida del 19,2% en valor y del 7,2% en volumen.

CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 585,5 millones de kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales, y gastaron 3.174,2 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 12,7 kilos de consumo y 68,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la bollería y pastelería (5,5 kilos por persona y año), seguido de las galletas (4,9 kilos per cápita) y de los cereales (1,6 kilos per cápita). En términos de gasto, la bollería y pastelería concentra el 50,0%, con un total de 34,3 euros por persona, las galletas el 30,3% con un total de 20,8 euros por persona, y los cereales, con un porcentaje del 9,3% y 6,4 euros por persona.

Europa, con la Unión Europea a la cabeza, es el continente que más pastelería y bollería industrial vende a España, con países como Alemania, Italia y Francia a la cabeza. ■



CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	585,5	12,7	3.174,2	68,6
BOLLERIA Y PASTELERIA	253,6	5,5	1.584,4	34,3
BOLLERÍA Y PASTELERÍA ENVASADA	186,5	4,0	1.088,4	23,5
BOLLERIA Y PASTELERÍA A GRANEL	67,1	1,5	496,0	10,7
GALLETAS	227,9	4,9	962,6	20,8
GALLETAS ENVASADAS	227,0	4,9	954,7	20,6
GALLETAS SALADAS	10,6	0,2	50,9	1,1
GALLETAS DULCES	216,4	4,7	903,8	19,5
GALLETAS GRANEL	0,9	0,0	7,9	0,2
CEREALES	72,9	1,6	296,0	6,4
CON FIBRA	23,7	0,5	88,6	1,9
PRODUCTOS NAVIDEÑOS	31,1	0,7	331,2	7,2

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

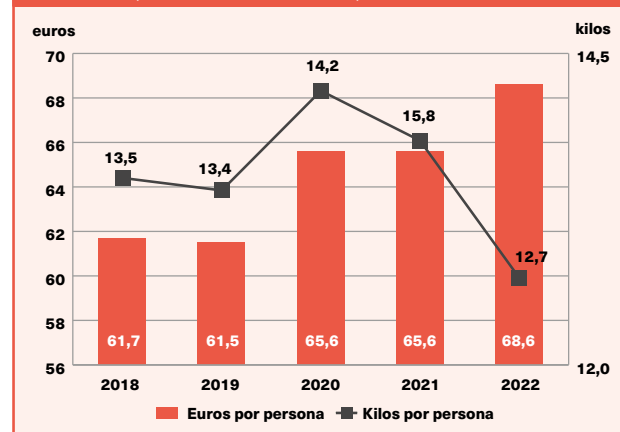
En términos per cápita, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de bollería, pastelería, galletas y cereales, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de bollería, pastelería, galletas y cereales, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en municipios con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de bollería, pastelería, galletas y cereales, mientras que los menores consumos tienen lugar en los menores núcleos de población que cuentan entre 10.000 y 100.000 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, hogares monoparentales y parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, Castilla y León y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia, Extremadura y Andalucía.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

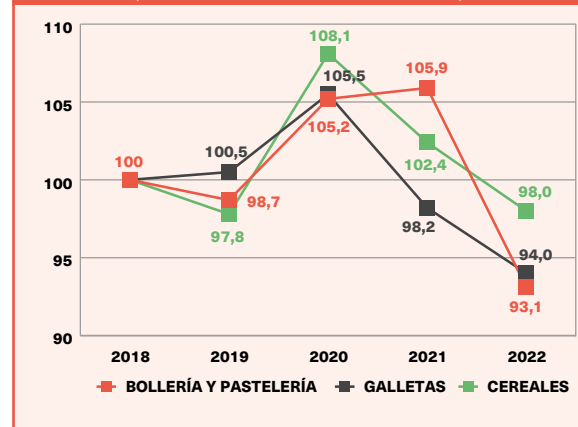
Durante los últimos cinco años, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales se estaba minorando pero se produce un repunte en el año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 que, sin embargo, se ajusta a la baja en los dos ejercicios siguientes (2021 y 2022). En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2020, con 14,2 kilos por persona mientras que el gasto más alto se recoge en el año 2022 con 68,6 euros por consumidor.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES, 2018-2022

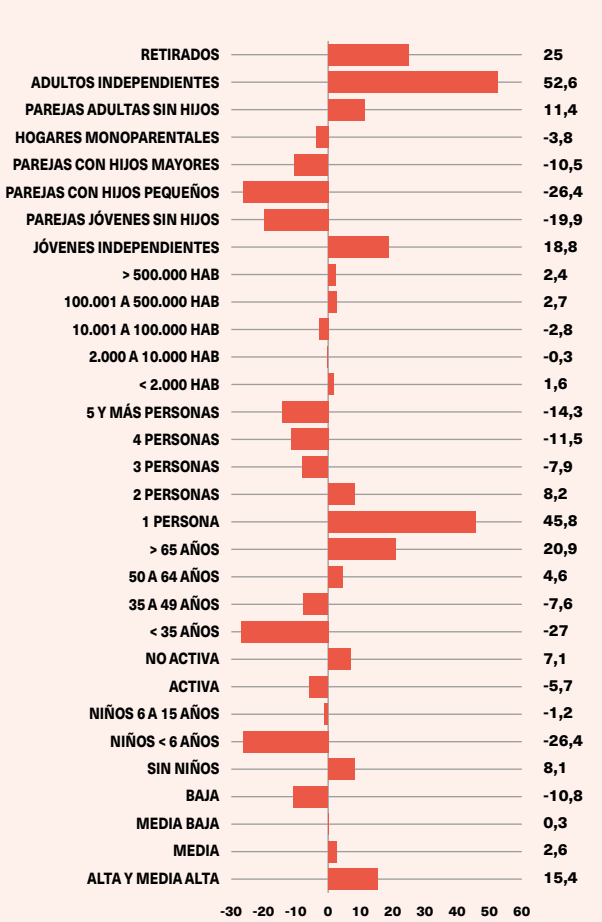


En la familia de bollería, pastelería, galletas y cereales, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido bastante parecida en todos los tipos de producto. Respecto a la demanda de 2018, el consumo de todas las partidas es inferior.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES (2018=100), 2018-2022



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

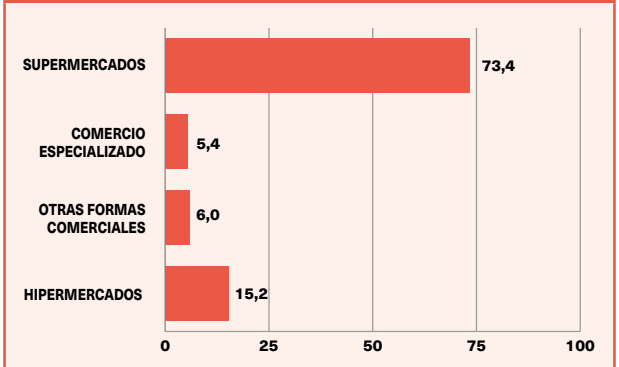


* Media nacional = 12,7 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de bollería, pastelería, galletas y cereales a los supermercados (73,4% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 15,2%, mientras que el establecimiento especializado concentra el 5,4%. Las otras formas comerciales acaparan el 6,0% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



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

ANDALUCÍA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

ALFAJOR DE MEDINA SIDONIA *

MANTECADOS DE ESTEPA *

ARAGÓN

MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

ALMENDRADOS

ALMOJABANAS

CARQUIÑOLES

COC DE FRAGA

FLORENTINA

FRUTAS DE ARAGÓN

GUIRLACHE

MANTECADOS DEL MAESTRAZGO

PASTEL RUJO

PIEDRECICAS DEL CALVARIO

TORTA DE Balsa

TORTAS DE ALMA

TORTAS DE MANTECA FLORENTINA

TRENZA DE ALMUDÉVAR

BALEARES

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ENSAIMADA DE MALLORCA *



CANTABRIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

SOBAO PASIEGO *

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

MANTECADAS DE ASTORGA *

MARCAS DE GARANTÍA

HORNAZO DE SALAMANCA

TORTA ARANDA

CATALUÑA

MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA "Q"

BOMBONES DE CHOCOLATE

GALETES (GALLETAS)

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCAS DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

ALAJÚ

PERUSA

TORTA DE GAZPACHO

TORTA DE PENJAR

LA RIOJA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

GALLETAS

* Inscrita en el Registro de la UE

Alfajor de Medina Sidonia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

CARACTERÍSTICAS: Se elabora exclusivamente utilizando

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

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

Ensaimada de Mallorca

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

CARACTERÍSTICAS: La Ensaimada de Mallorca es un producto de masa azu-

carada, 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 5 pastelerías que fabrican Mantecadas de Astorga. La producción anual se sitúa en 325.000 docenas, destinadas en su totalidad al mercado interior.

Sobao Pasiego

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y envasado de los sobaos amparados por la Indicación Geográfica Protegida Sobao Pasiego se encuentra centrada en la denominada

comarca del Pas, que abarca la zona delimitada por los ríos Pas y Pisueña y el área de influencia de dichos ríos. Dicha zona se encuentra situada en la zona centro de la comunidad autónoma de Cantabria.

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

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

CEREALES PARA EL DESAYUNO



En consonancia con lo sucedido en años anteriores, el consumo de cereales de desayuno en 2022 dentro de los hogares españoles volvió a caer, en este caso un 4,4%. Sin embargo, la producción industrial aumentó y mejoró también la facturación de las empresas.

Dentro de la producción de cereales para el desayuno se distinguen cinco grandes líneas: los que llevan fibra; los infantiles; los familiares; los que están dirigidos a las personas que quieren cuidar su figura y los sancks.

En 2022, los cereales con fibra representaban el 32,5% del volumen total consumido en el hogar, según datos del Ministerio de Agricultura. Sin embargo, su consumo se redujo con respecto al año anterior.

Los canales preferidos para comprar cereales de desayuno fueron los supermercados y los autoservicios, con una cuota de hasta el 58,2%.

En los últimos años, los cereales destinados al público adulto son los más demandados, y acaparan casi el 60% de todas las ventas. A continuación aparecen los cereales infantiles, con una cuota del 35%.

Al tratarse de un grupo tan heterogéneo, no existen datos concretos sobre la producción nacional de cereales de desayuno. En la Encuesta Industrial de

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CEREALES PARA DESAYUNO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Cerealto Siro Foods, S.L.*	390
Hero España, S.A.*	180
Kellogg España, S.L.*	150
Artenay Cereales SA (Grupo Delaviuda) (1)	50
Cereal Partners España, A.E.I.E.	29,34
Harivenasa S.L	36
Emilio Esteban. S.A Emesa	20,5
Comercial Masoliver, S.A.*	24
Weetabix Ibérica, S.L.	13,5
Esgir, S.L.	4,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones. (1) Estimación

Productos que publica anualmente el INE se estima que en 2022 se produjeron 14.332 toneladas de tipo "müsli", el doble que en el año anterior, por un valor de 17,3 millones de euros. También se registró la producción de 124.316 toneladas de cereales trabajados (copos, troceados, perlados, etc.), por un valor de 93,9 millones de euros. El volumen de estos cereales también fue muy superior al del año precedente.

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

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

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

En cuanto a los formatos, las barritas van ampliando su cuota de mercado, aunque las presentaciones clásicas siguen en cabeza.

Según datos de la Asociación Española de Fabricantes de Cereales en Copos o Expandidos, CEREAL, los cereales de desayuno tienen principalmente hidratos de carbono complejos que aportan energía al organismo. El contenido en hidratos de carbono simples (azúcar) de los cereales de desayuno es muy variable y depende de los ingredientes que se les añadan: chocolate, frutas, azúcar, miel, etc. Normalmente los cereales infantiles, para conseguir la aceptación de esta población, suelen ser chocolateados, azucarados o con miel por lo que las cantidades de azúcar comparadas con los cereales de desayuno para adultos son un poco mayores.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La organización que representa los intereses de las empresas del sector es CEREAL. Desde su creación en 1988 esta asociación sectorial ha trabajado para dar a conocer el papel de los cereales en la alimentación y fomentar hábitos saludables para el desayuno, como parte de una dieta equilibrada y de un estilo de vida sano.

El mercado de cereales para desayuno a nivel mundial, y también en nuestro país, se encuentra en manos de unos pocos y grandes grupos con estrategias globales de comercialización. En CEREAL están asociados los seis grupos más importantes y que representan al grueso de la producción.

La primera empresa del sector de los cereales de desayuno por su facturación tiene su principal fortaleza

en el mercado de las galletas. Registró como grupo en 2022 unas ventas totales (que incluyen las aportaciones de otras producciones) superiores a los 390 millones de euros, muy por encima del nivel alcanzado en el año precedente.

El segundo grupo, relacionado con el sector de las mermeladas, llegó a facturar casi los 180 millones de euros ese año y el tercero rondó los 150 millones de euros. En estos dos casos, las facturaciones también fueron mayores que un año antes.

Entre las principales empresas hay también un gran grupo internacional del chocolate, que tiene una sociedad participada con actividad en este sector. En general entre los primeros productores hay varias empresas de sectores afines, como las galletas y la pastelería industrial, que han abierto una línea de negocio específica para cubrir esta demanda.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado, ya que representan más del 60 % de la cuota de cereales para adultos, cuando la primera marca de fabricante (MDF) no llega al 23 %. En el caso de los cereales para niños, el peso de la MDD es incluso mayor.

COMERCIO EXTERIOR

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

Como ejemplo, el volumen exportado de granos de cereal trabajados (copos, perlados, troceados, etc.), superó los 1,7 millones de toneladas en 2022, según los datos de Comercio. Mientras, las importaciones quedaron en 915.749 toneladas en el mismo período. Hay que tener en cuenta que no todos estos cereales se destinan a la producción destinada al consumo humano.

Tanto en el caso de las compras como en el de las ventas, la mayor partida en volumen fue la de cereales (maíz y arroz principalmente), obtenidos por inflado o tostado del grano.

El grueso del comercio de cereales de desayuno se realizó con los países de la Unión Europea (Francia y Alemania principalmente), así como también con países terceros como el Reino Unido, desde donde se importaron partidas de cereales de tipo “muesli” especialmente. ■

PASTAS ALIMENTICIAS

El mercado de pastas alimenticias se recuperó en 2022 con el aumento de la producción y también con la mayor demanda procedente del canal HORECA y de la exportación.

De acuerdo con los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos 2022, que publica el INE, la producción de pastas alimenticias alcanzó en dicho año las 371.906 toneladas 346.555 toneladas, un 7,2% más que un año antes. Ese fue aproximadamente el porcentaje en el que decreció la producción en 2021, por lo que puede decirse que el sector volvió a la normalidad en 2022.

En este dato del INE están incluidas solamente las pastas sin relleno y del total producido, de las que 7.989 toneladas fueron pastas sin cocer ni rellenar, pero con huevo (algo más que en 2021) y el resto (369.917 toneladas) fueron las demás pastas. El valor de todas estas producciones superó los 394,8 millones de euros, unos 129 millones más que en 2021.

PASTA SECA, PASTA FRESCA

En este sector se distingue claramente entre la producción de pasta fresca y la de pasta seca. La pasta seca está muy presente en los hogares y aunque se produjo una mayor presencia de las marcas italianas, en 2022 las marcas de distribución (MDD) dominaron un año más en la cesta de la compra.

Dentro del grupo de la pasta seca, las presentaciones clásicas fueron las más demandadas. Los macarrones fueron la pasta seca más consumida, por delante de los espagueti y de los fideos. También hay más presencia en el mercado de otras pastas (colores, laminada, pasta de arroz, rellena, etc.) distintas a la clásica.

Por su parte, la pasta fresca es aquella que se conserva húmeda después de haber sido amasada, estirada, cortada y cocida (en una primera cocción). Este tipo de pasta se puede consumir tras una ligera cocción. Al igual que en años anteriores, crecieron especialmente las ventas de pasta fresca rellena, que es la más demandada. En este segmento del mercado, la primacía de la marca de distribuidor (MDD) incrementó su cuota de mercado en 2022.

Un hecho que propicia el aumento del consumo de este tipo de pasta es que se encuentra muy disponible en supermercados e hipermercados.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PASTAS ALIMENTICIAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Pastas Gallo,	240,4
Cerealto Siro Foods, S.L *	390
Oromás, S.A	134,68
P. Alimenticias Romero, S.A	76,53
Rana Hispania, S.A (*)	45
Barilla España, S.L (*)	22,88
Ebro Foods (Pasta Garofalo) (*)	213,09
Delisur Europa S.L	8,68
Andrés Megías Mendonza, S.A (*)	7
THE GB Foods (*)	53,22

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado está dominado por empresas especializadas (que en algunos casos están vinculadas a sectores afines, como las galletas o las harinas), junto a grupos multinacionales, muchas veces de origen italiano, y algunos especialistas en algunas ofertas muy determinadas.

La empresa más importante del sector de las pastas alimenticias, produjo en 2022 cerca de 140.000 toneladas de pasta y facturó unos 240,4 millones de euros, muy por encima de la cifra del año precedente.

Las siguientes empresas en el ranking también aumentaron su facturación, aunque es difícil saber en qué porcentaje, pues su negocio es muy amplio y abarca otros sectores relacionados con la harina y la panificación.

Las marcas de distribución (MDD) tienen una gran importancia en el mercado de la pasta seca pues compiten con un precio más barato. En los últimos años la MDD también ha ido ganando en el segmento de pasta fresca.

En general, todas las empresas siguen la tendencia hacia pastas más ecológicas y alimentos "premium", al tiempo que también gana terreno la pasta fresca. Asimismo, están empezando a distribuir pastas hechas con legumbres como los "casarecce" de garbanzos y los "penne" de lentejas.

COMERCIO EXTERIOR

El volumen de producción de las principales empresas españolas del sector de pastas alimenticias no puede ser absorbido por la demanda interna, por lo que las exportaciones se han convertido en un elemento estratégico para asegurar la sostenibilidad de los negocios. Tradicionalmente, el comercio exterior de pastas alimenticias estaba dominado por las grandes compañías italianas pero, en los últimos años, algunos grandes grupos españoles han conseguido arañar cuotas significativas en este mercado.

Según los datos de Comercio, se exportaron en 2022 un total de 154.422 toneladas, un 5,5% más que en el año anterior. El grueso de las ventas fueron pastas secas, sin huevo.

El principal destino de las exportaciones fue la UE, aunque cada vez hay más países que importan pas-

ta alimenticia de España fuera del mercado comunitario.

En todo caso, los principales destinos de las pastas alimenticias en 2022 fueron Francia, Portugal y Países Bajos (3,6%). Lo más habitual es que esas exportaciones estén compuestas mayoritariamente por partidas de pasta seca de escaso valor añadido. Entre los países terceros destacaron Reino Unido y China.

Por su lado, las importaciones son mucho menos importantes en volumen (113.680 toneladas en 2022, un 7,6% más que en 2021), pero su valor es alto porque predominantemente se compran partidas de alto valor añadido (pastas frescas, pastas ecológicas, pastas rellenas, etc.).

El principal país abastecedor de este tipo de pastas para el mercado español es Italia, con más del 57% del valor total en el año 2022. Le siguen países como Francia, Polonia y Alemania. ■

CONSUMO Y GASTO EN PASTAS

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 195,1 millones de kilos de pastas y gastaron 403,1 millones de euros de este producto. En términos per cápita, se llegó a 4,2 kilos de consumo y 8,7 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la pasta seca (3,8 kilos por persona y año) y a las pastas envasadas (4,1 kilos por persona y año). En términos de gasto, la pasta seca supone un 72,4% mientras que la pasta fresca alcanza un 22,9%.

CONSUMO Y GASTO EN PASTAS DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PASTAS	190,6	4,1	476,5	10,3
PASTAS ALIMENTICIAS	187,6	4,1	456,2	9,9
PASTA SECA	173,0	3,7	358,0	7,7
PASTA FRESCA	14,6	0,3	98,1	2,1
PASTAS GRANEL	0,9	0,0	2,5	0,1
PASTAS ENVASADAS	186,8	4,0	453,6	9,8
PASTAS PARA RELLENAR	3,0	0,1	20,4	0,4

CUSCUS

El cuscús es un producto de origen marroquí, que se elabora con sémola de trigo duro, que no se ha convertido en harina tras moler la parte dura del grano. Los granos de sémola una vez cocinados se hinchan por la absorción de agua y aumentan su tamaño.

El cuscús, por sus propiedades nutricionales y por su textura podría compararse, por ejemplo, con el arroz o la quínoa. Así, cada 100 gramos de cuscús seco aporta 12,68 gramos de proteínas, 69 gramos de hidratos de

carbono y 1,05 gramos de grasa saludable. También contiene vitaminas B3, B4, B9 y K.

La producción nacional de cuscús en 2022, según los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el INE, llegó a 85 toneladas por un valor de 343.000 euros.

Con respecto al comercio exterior de este producto, en 2022 se importaron un total de 8.029 toneladas, mientras que las exportaciones fueron de sólo 871 toneladas, según los datos de Comercio. ■

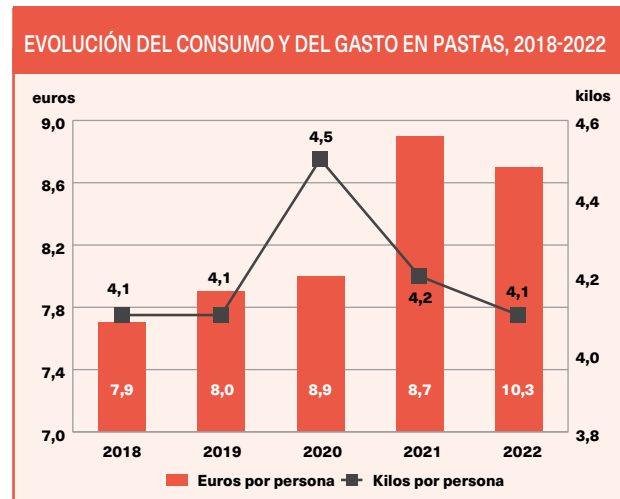
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de pastas durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

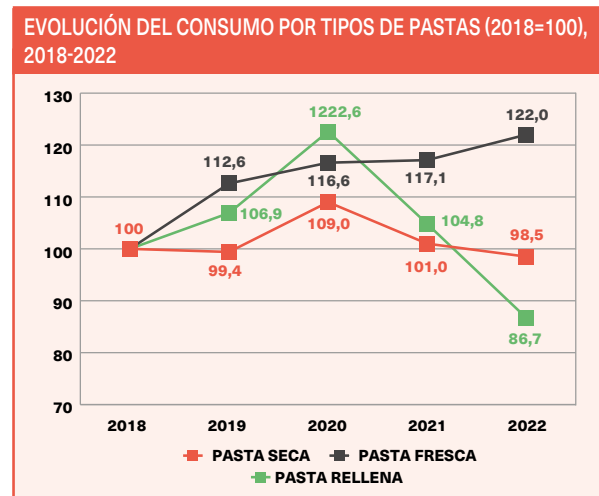
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de pastas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de pastas es superior.
- En los hogares donde compra una persona entre 35 y 49 años, el consumo de pastas es más reducido, mientras que la demanda más elevada se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con una edad superior a 65 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de pastas, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los núcleos familiares formados por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en municipios de 2.000 a 10.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de pastas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos entre 100.000 y 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 Galicia 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

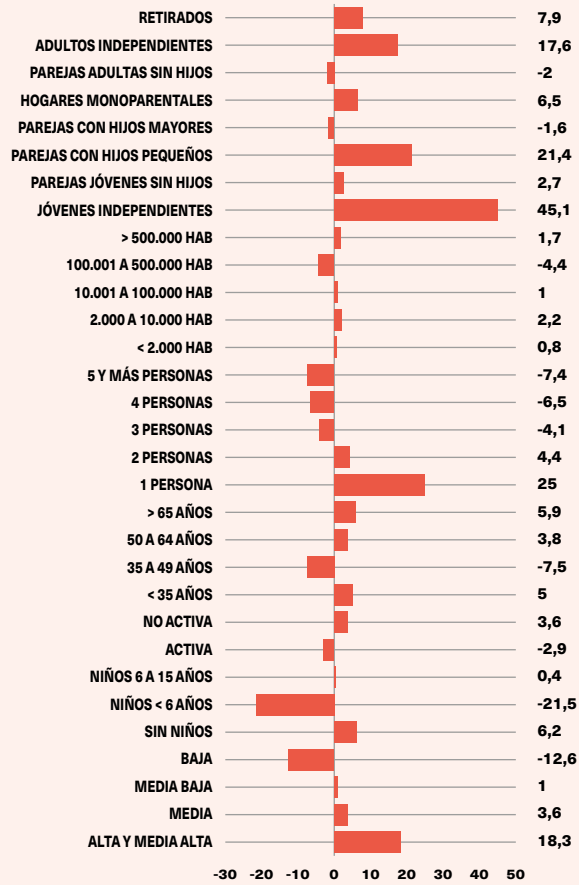
Durante los últimos años, el consumo se había incrementado lentamente pero en el ejercicio 2020 se produce un elevado repunte motivado por los efectos de la COVID-19. En los años 2021 y 2022, se está produciendo un ajuste a la baja hacia los niveles previos a la pandemia. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produce en el año 2020 con 4,5 kilos por persona, mientras que el mayor gasto se ha registrado en este ejercicio 2022 (10,3 euros por consumidor).



En la familia de pastas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2018, el consumo de la pasta fresca es la única que tiene un volumen superior



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

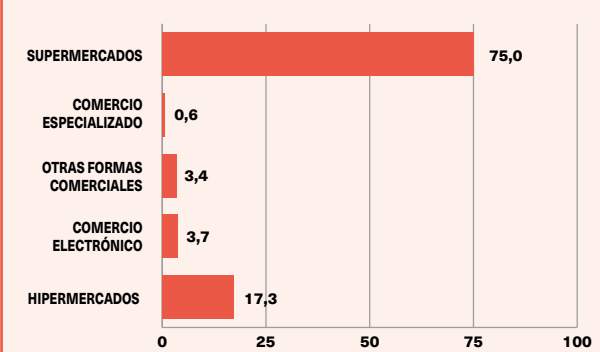


* Media nacional = 4,1 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pastas a los supermercados (75,0% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 17,3% y los establecimientos especializados llegan al 0,6%. El comercio electrónico con 3,7% y las otras formas comerciales con 3,4% concentran la cuota restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PASTAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



ARROZ

El sector industrial del arroz continuó en 2022 la tendencia creciente iniciada un año antes. La producción volvió a descender, pero aumentaron las importaciones y la industria sacó al mercado más arroz que en el año precedente.

Además, las variedades menos tradicionales avanzaron posiciones en los gustos del consumidor, al tiempo que el arroz largo se afianzó en los hogares españoles.

Según la Encuesta Industrial de Productos que publica anualmente el INE, la producción industrial de arroz en 2022 se elevó por encima 1,2 millones de toneladas, por un valor de 1.200 millones de euros, cifras en ambos casos muy superiores a las del año 2021.

El grueso de la producción industrial fue el arroz semiblanqueado o blanqueado: 985.910 toneladas, más de 100.000 por encima de la producción del año anterior. El resto fue arroz partido (166.433 toneladas, 60.000 más que un año antes) y arroz descascarillado (59.082 toneladas, 44.000 toneladas por encima del año precedente).

De las ventas totales de arroz en hipermercados y supermercados, el grueso correspondió a la variedad redondo, a pesar de que según la consultora IRI cayeron las ventas casi un 3,5% en el año 2022.

PRINCIPALES ENVASADORES Y COMERCIALIZADORAS DEL SECTOR DE ARROZ

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Herba Ricemills, SL-Ebro Foods	614,31
Maicerías Españolas, S.A.(*)	421
Arrocerías Pons (Grupo)	93
Arroces y Cereales, S.A-Arcesa (*)	50
Coop. Cámara Arrosera del Montsiá	38
Nomen Foods, S.L *	31,7
Arrocerías Rovira Ballester S.L	29,5
Arrozúa S.C.A	29
Arrocerías Antonio Tomás, S. L *	5
Pascual Arandis Martínez, S.A-Pasamar.	1

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022 Incluye la facturación de otras producciones

Por detrás le siguió el arroz largo (casi el 30% del total), el vaporizado, el basmati, el integral y el bomba. Con respecto al año anterior, la consultora IRI estimó que aumentaron mucho las ventas de integral y el basmati.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado español del arroz se encuentra inmerso en una gran renovación de sus ofertas, lo que obliga a las principales empresas del sector a acometer costosos



procesos de mejora de sus instalaciones productivas y a invertir de manera decidida en la innovación.

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

El operador más importante del sector obtuvo una producción de 100.000 toneladas en 2022, un volumen similar al del año anterior. Este grupo tiene su sede en España, pero tiene actividad en más de 25 países. Además, la empresa es líder a nivel mundial en el sector del arroz y es también el segundo fabricante mundial de pasta.

La segunda empresa del sector envasó en 2022 unas 80.000 toneladas. Esta empresa es la líder en el envasado de arroz con marca blanca (MDD). Por su lado, la tercera empresa envasó cerca de 60.000 toneladas. Entre las primeras empresas del sector hay varias cooperativas.

Respecto a la facturación, el primer grupo empresarial factura casi tanto como las nueve empresas siguientes en el ranking. Así, en 2022 su facturación superó los 614 millones de euros, mientras que el segundo grupo llegó a 421 millones y el tercero quedó con 93 millones. Todas las empresas mejoraron su posición con relación al año precedente.

PREDOMINIO DE LAS MARCAS DE DISTRIBUCIÓN

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado y además en 2022 aumentaron su cuota en libre servicio, coincidiendo con la subida de los precios. Según los datos de la consultora Nielsen, acapararon el 68% en volumen y 55,6% en valor. Los porcentajes de 2021 fueron muy inferiores en ambos casos.

La hegemonía de las MDD hace que existan en el sector empresas especializadas en suministrar arroz para este segmento. El grupo líder en este grupo produjo unas 85.000 toneladas para la marca blanca de un conocido grupo español de distribución agroalimentaria. Por su lado, la segunda empresa sacó al mercado de marcas blancas unas 35.000 toneladas y la tercera otras 31.721 toneladas.

Tras las MDD, el primer grupo industrial tuvo una cuota del 37% en volumen y del 26% en valor, en



ambos casos empeorando la posición respecto al año anterior. Por su lado, el resto de las empresas del sector quedó con porcentajes mucho más bajos (entre el 3 y el 0,5 %).

Desde hace varios años se ha apreciado una caída continuada en los consumos de las presentaciones más clásicas (básicamente del arroz redondo), mientras que aumentan las demandas de nuevas variedades, formatos y ofertas. También se mantiene el aumento de las ventas de arroz preparado (vasitos, etc.).

COMERCIO EXTERIOR

La producción de arroz en España está claramente en retroceso y, como consecuencia de ello, las importaciones de arroz van en aumento y la balanza comercial aumenta su saldo negativo. En 2022, según los datos de Comercio, las exportaciones de arroz ascendieron a 269.200 toneladas, un 13% más que en el año anterior, por un valor de 226,7 millones de euros, un 40% más.

Mientras, las importaciones sumaron 414.900 toneladas, un 44% más, por un valor de 262,7 millones de euros (un 70% por encima de un año antes).

Los países a los que más arroz se compró ese año fueron Argentina (23,7%), Myanmar (23,5%) y Pakistán (16%), pero también entraron arroces procedentes de Uruguay, Brasil o Tailandia.

Respecto a las exportaciones, los tres destinos principales fueron Bélgica (25,6%), Reino Unido (14%) y Portugal (13,2%). También fueron importantes las ventas a Países Bajos, Estados Unidos, Francia, Alemania y Finlandia. ■

CONSUMO Y GASTO EN ARROZ

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 177,0 millones de kilos de arroz y gastaron 352,4 millones de euros de este producto. En términos per cápita, se llegó a 3,8 kilos de consumo y 7,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al arroz normal (1,7 kilos por persona y año), seguido del arroz largo (0,7

kilos per cápita). En términos de gasto, el arroz normal concentra el 30,2% del gasto, con un total de 2,3 euros por persona, seguido por los platos preparados congelados y en conserva de arroz, con un porcentaje del 14,5% y un total de 1,1 euros por persona al año, en ambos casos.

CONSUMO Y GASTO EN ARROZ DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL ARROZ	177,0	3,8	352,4	7,6
LARGO	34,5	0,7	38,2	0,8
NORMAL	80,4	1,7	106,9	2,3
VAPORIZADO	10,8	0,2	15,6	0,3
PLATO PREPARADO CONSERVA ARROZ	9,0	0,2	50,9	1,1
PLATO PREPARADO CONGELADO ARROZ	16,9	0,4	50,0	1,1
RESTO DE PLATOS PREPARADOS CON ARROZ	0,3	0,0	3,1	0,1
OTROS TIPOS ARROZ	25,1	0,5	87,6	1,9



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

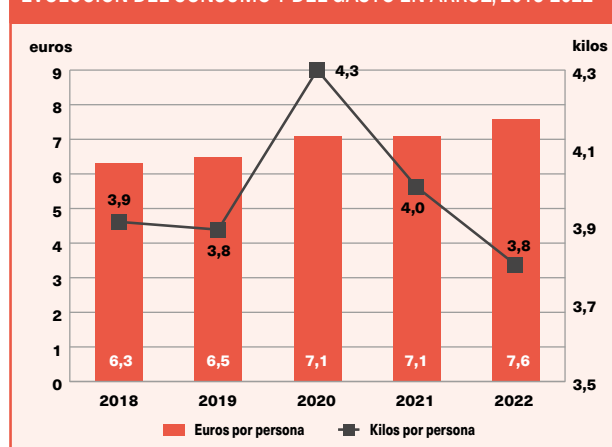
En términos per cápita, el consumo de arroz durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de arroz, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de arroz es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de arroz es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de arroz, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas formadas por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con más de 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de arroz, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos menores de 2.000 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, mientras que los consumos más bajos se registran entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos y parejas con hijos mayores.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Comunidad Valenciana, Baleares y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, La Rioja y Castilla y León.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

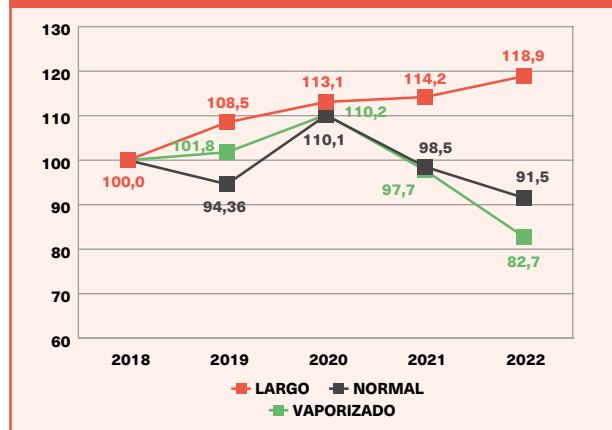
Durante los últimos cinco años, el consumo de arroz se ha mantenido relativamente estable, aunque con el notable incremento del año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19, los últimos ejercicios están sirviendo para ajustar esa demanda excesiva. Mientras, el gasto ha aumentado 1,3 euros por persona. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (4,3 kilos), mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el último ejercicio 2022 (7,6 euros por consumidor).

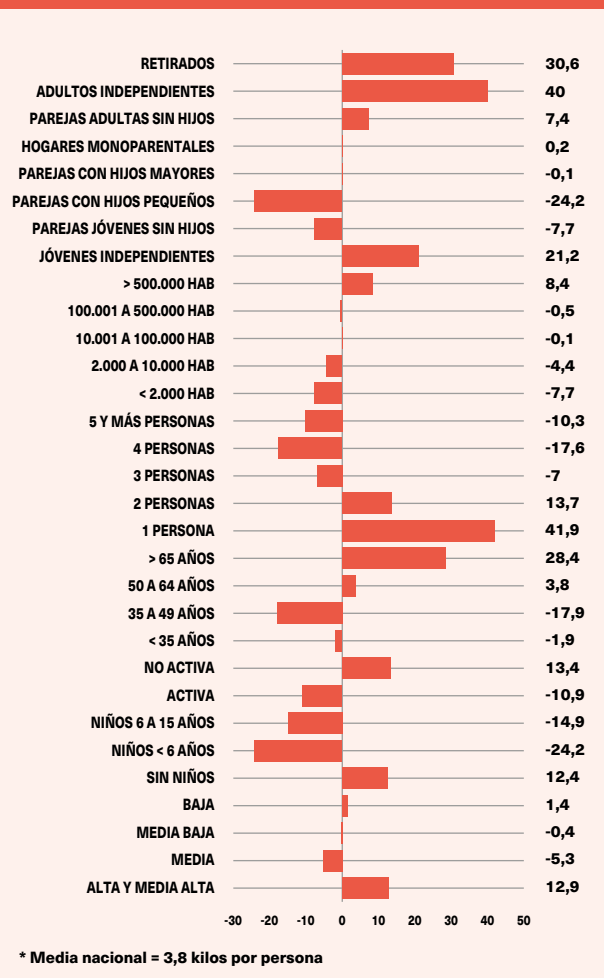
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ARROZ, 2018-2022



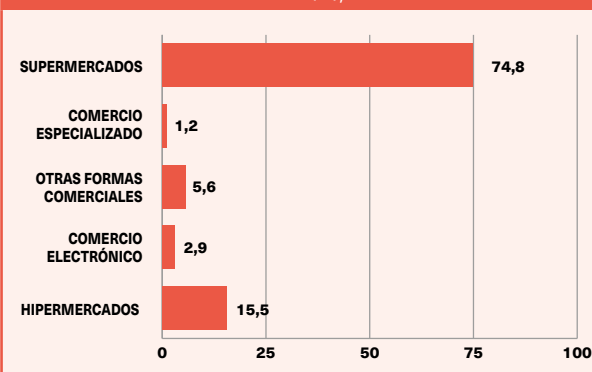
En la familia de arroz, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque coinciden en el ascenso del año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19. En el año 2022, el arroz largo se incrementa mientras que, por el contrario, desciende la demanda de arroz normal y arroz vaporizado. Respecto a la demanda de 2018, el consumo de arroz largo experimenta un crecimiento, mientras que el arroz vaporizado y el arroz normal están en descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ARROZ (2018=100), 2018-2022



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

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de arroz a los supermercados (74,8% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 15,5% y los establecimientos especializados llegan al 1,2%. El comercio electrónico tiene una cuota del 2,9% mientras que las otras formas comerciales concentran un 5,6% de la cuota de venta global. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ
POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022**

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ARROZ
ARAGÓN
MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ARROZ

CASTILLA-LA MANCHA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CALASPARRA **/ *

CATALUÑA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA
ARRÒS DEL DELTA DE L'EBRE *
(ARROZ DEL DELTA DEL EBRO)
COMUNIDAD VALENCIANA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ARROZ DE VALENCIA *

EXTREMADURA
PRODUCCIÓN INTEGRADA

ARROZ

MURCIA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CALASPARRA **/ *

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

Arròs del Delta de l'Ebre

(Arroz del Delta del Ebro)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



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

dos en la llanura deltaica del Delta del Ebro.

CARACTERÍSTICAS: El arroz se produce en pequeñas explotaciones próximas al Ebro. Las variedades son Bahía, Tebre, Gleva, Fonsa, Bomba, Montsianell, JSendra, Guara y Olesa. Puede ser arroz blanco o integral. La única categoría comercial autorizada para el Arroz blanco es la Extra.

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

Calasparra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito territorial incluye los municipios de Calasparra y Moratalla, en Murcia, y Hellín, en Albacete. La superficie inscrita en el Consejo Regulador asciende a poco más de 1.000 hectáreas aunque cada año se siembran entre 550 y 600. Cultivándose únicamente las variedades Bomba y Balilla x Sollana.

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. El arroz que se obtiene es blanco, semintegral e integral en cultivo convencional y ecológico.

DATOS BÁSICOS: El registro del Consejo Regulador de la Denominación de Origen tiene inscritos a unos 150 agricultores y 3 industrias. La producción de arroz cáscara es de 2.5-3 millones de kilos, de los que cerca del 85% corresponde a cultivo convencional y el resto a ecológico. Las categorías que se comercializan son Extra y Primera, y alcanzan 1,3 millones de kilo con DOP

Arroz de Valencia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El Arroz de Valencia DOP se cultiva principalmente en el Parque Natural de la Albufera, completando su producción en los humedales de Pegó y Oliva. El cultivo en áreas protegidas ofrece un producto exclusivo y natural, con garantía de calidad y mantiene viva una tradi-

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

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

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

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

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



LEGUMBRES

La familia de las leguminosas está formada por miles de especies distintas. Algunas se consumen en verde, aprovechándose no sólo el grano tierno, sino la parte más blanda de la vaina (habas, bisaltos, judías verdes) y otras se secan, se desprenden de la vaina (desgranar) y se guardan al abrigo de la humedad, como alimento de reserva hasta que se consumen una vez rehidratadas (las legumbres).

Las leguminosas grano son plantas que se caracterizan por su elevado contenido en proteína (lo que constituye una de las principales fuentes de aminoácidos para la alimentación humana y animal).

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

Lentejas y garbanzos son leguminosas de consumo humano preferentemente, mientras que vezas y yeros se destinan a la alimentación animal y se cultivan en zonas semiáridas y destinadas al barbecho. Hay muchas otras leguminosas que han ido desapareciendo por la mecanización del campo, aunque en los últimos años hay interés por su recuperación.

Aunque la soja también es una leguminosa se incluye, por su contenido en grasa, dentro del sector de las oleaginosas.

Las legumbres pertenecen al grupo de las leguminosas y son exclusivamente los granos secos destinados a la alimentación.

El término legumbre procede del latín “legumen” que designa a las semillas comestibles. Las legumbres han sido parte esencial de la dieta humana durante siglos y está probado que ya se consumían 8.000 años antes de Cristo.

Las legumbres son bastante parecidas entre ellas en su composición de nutrientes. Estas producciones son una fuente esencial de proteínas y aminoácidos de origen vegetal. Entre sus propiedades nutricionales destacan un alto contenido en hierro y zinc, un bajo contenido en grasa y que son ricas en fibra.

Se consideran alimentos nutricionalmente recomendables teniendo en cuenta su composición en proteínas (a igualdad de pesos, aportan más proteína que la

carne o el pescado), hidratos de carbono, lípidos, fibra, minerales y vitaminas.

Además, las legumbres consumen muy poco agua en comparación con otras fuentes de proteína y son plantas leguminosas que tienen la propiedad de fijar el nitrógeno, lo que puede contribuir a aumentar la fertilidad del suelo y a eliminar de forma indirecta las emisiones de gases de efecto invernadero.

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

PRODUCCIÓN NACIONAL

En 2022, la superficie de leguminosas grano llegó a un total de 357.700 hectáreas, un 2% más que en la campaña anterior. Estos datos incluyen las siembras de judías secas, habas secas, lentejas, garbanzos, guisantes secos, vezas, altramuz dulce y yeros.

Junto con la aumento de las siembras se produjo una caída de la producción en el conjunto de estos cultivos, como consecuencia de una bajada de los rendimientos. Así, se cosecharon 341.500 toneladas en total, un 18,67% menos que un año antes.

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

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

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LEGUMINOSAS (Millones de toneladas)			
	2020	2021	2022
JUDÍAS SECAS	17,7	18,5	13,3
LENTEJAS	42,8	31,5	27,5
GARBANZOS	46,5	39,9	34,1
GUISANTES SECOS	222,5	173,8	142,9

FUENTE: MAPA

GARBANZOS Y LENTEJAS

En España, la superficie sembrada de garbanzos en 2022 fue de 36.400 hectáreas, (un 15,7% menos que en 2021, que fue un año en el que también se redujo el cultivo). Por su lado, la de lentejas quedó en 42.200 hectáreas (un 19,5% más que un año antes). La cosecha de lentejas ese año alcanzó las 27.500 toneladas (un 13% menos que la del año anterior) y la de garbanzos, las 34.100 toneladas (15% menos).

En la producción de lenteja destaca Castilla-La Mancha, con el 71% del total nacional en 2022, y la mayor producción concentrada en Cuenca. También es importante la cosecha de Castilla y León (25,7%).

Por su lado, en el cultivo de garbanzos destaca Andalucía (con el 58% del total y Sevilla a la cabeza), seguida de Castilla y León, que produjo el 19% del total nacional. Otras producciones importantes se dan en Madrid, Aragón y Extremadura.

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

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

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

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

PRODUCCIÓN DE JUDÍAS

En 2022 se sembraron en España un total de 8.500 hectáreas de judías, una superficie muy inferior a la media de los últimos años. Asimismo, la producción ascendió a 13.300 toneladas, un 28% menos.

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

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

	2020	2021	2022
MUNDO	6.471	5.610	5600
UE	125	115	110
ESPAÑA	42,8	31,5	27,5

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

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

	2020	2021	2022
CASTILLA-LA MANCHA	29,55	22,57	19,90
CASTILLA Y LEÓN	12,3	8,16	7,3
ARAGÓN	0,3	0,3	0,1
OTRAS CCAA	0,9	0,5	0,3
TOTAL ESPAÑA	42,8	31,5	27,5

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	15.066	15.871,8	1.5800
UE	289	320	300
ESPAÑA	46,5	39,2	34,4

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

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

	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	30,16	22,93	21
CASTILLA-LA MANCHA	4,6	4	2,6
CASTILLA Y LEÓN	7,8	7,5	7
EXTREMADURA	2,2	3	3
OTRAS CCAA	1,7	1,8	1
TOTAL ESPAÑA	46,5	39,2	34,4

FUENTE: MAPA

En la Unión Europea la producción de judías secas disminuyó en 2022, 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, pinet, pinta, canela, canellini, negreta, morada, judía del Barco de Ávila, de La Bañeza (León), etc.

Las judías pochas son las que han sido recogidas sin secar, mientras que el judión de La Granja (que recibe su nombre por ser una producción de La Granja de San Ildefonso, en Segovia) es otra especie, al igual que la carilla (*Vigna sinensis*) y la judía de Lima (*Phaseolus lunatus*).

OTRAS LEGUMINOSAS

En el grupo de leguminosas más cultivadas en España, además de las legumbres, están los yeros y las vezas, destinadas a la alimentación animal. En 2022 se sembraron en España 46.300 y 80.800 hectáreas, respectivamente.

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

	2020	2021	2022
MUNDO	5675	5964	5900
UE	880	890	880
ESPAÑA	17,7	18,5	13,3

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

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

	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	0,1	0,1	0,10
ASTURIAS	0,54	0,64	0,52
CATALUÑA	0,3	0,3	0,30
CASTILLA Y LEÓN	11,2	11,8	7,00
COMUNIDAD VALENCIANA	0,1	0,1	0,10
GALICIA	3,8	4	3,80
PAÍS VASCO	0,9	1,18	0,68
OTRAS CCAA.	0,8	0,4	0,80
TOTAL ESPAÑA	17,7	18,5	13,3

FUENTE: MAPA



La producción de vezas rondó las 61.400 toneladas (muy por debajo del año anterior) y la de yeros las 38.100 toneladas (también mucho menos que un año antes).

Otros cultivos leguminosos son las proteaginosas (guisantes, habas, haboncillos y altramuces).

Más de la mitad de la superficie destinada a estos cultivos estaba en Castilla y León y también fueron importantes las cosechas de Castilla-La Mancha, Andalucía, Extremadura y Aragón.

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

En el sur del país, especialmente en Andalucía y Extremadura, el altramuces 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.

QUINUA

Hay algunos cultivos que están relacionados con las legumbres, aunque realmente sean semillas, que se cultivan ya en España aunque hasta hace unas décadas no había tradición.

Tal es el caso de la quinua, que se siembra mayoritariamente en el sur del país. En 2022, se destinaron al cultivo de esta semilla un total 2.112 hectáreas, según los datos del Ministerio de Agricultura. El 70% de esta superficie se cultivaba en secano y el resto en regadío. Todo el cultivo de quinua en 2022 se concentró en Andalucía.

Según la FAO, la quinua tienen muchas propiedades nutritivas y dietéticas, es capaz de adaptarse a diferentes condiciones agroambientales. La quinua es una alternativa para aquellos países que tienen problemas para incrementar su producción y tiene el potencial de reducir la dependencia de otros alimentos básicos como el trigo y el arroz.

En el mundo se producen cerca de 162.000 toneladas, de las cuales la mayor parte se producen en Bolivia y Perú. ■

PRODUCCIONES DE GUI SANTES SECOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Millones de toneladas)

	2020	2021	2022
MUNDO	14.642	14600	14.500
UE	1.994	1.900	1800
ESPAÑA	222,5	173,8	141,1

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE GUI SANTES SECOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Millones de toneladas)

	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	22,8	14,5	12,20
ARAGÓN	11,2	9	10,30
CASTILLA-LA MANCHA	70	53,4	49,70
CASTILLA Y LEÓN	78,8	60,6	41,20
EXTREMADURA	7,2	8,2	6,80
OTRAS CCAA	32,5	28,1	20,90
TOTAL ESPAÑA	222,5	173,8	141,1

FUENTE: MAPA

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LEGUMBRES (Millones de toneladas)

	2020	2021	2022
JUDÍAS	57	51,4	56,9
LENTEJAS	59	39,2	38
GARBANZOS	53,1	36,15	35,6

FUENTE: Datacomex

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LEGUMBRES SECAS Y COCIDAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
LEGUMBRES SECAS	
2022	
Legumbres Luengo, S.A.	92
Selección de Productos Leoneses.S.A (Grupo Cidacos) *	365
Legumbres La Cochura, S.A.	18
Legumbres Penelas S.L	25,5
Legumbres El Maragati, S.L	13,5
LEGUMBRES COCIDAS	
Grupo Cidacos (*)	365
Legumbres Luengo, S.A	92
Legumbres Penelas, S.L	25,5
Conservas de Autor, S.A	21
ACICO, S.A (Grupo) (*)	32
Grupo Riberebro (The Real Green Food) (*)	69,4

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye datos de otras producciones.

LEGUMBRES



El sector de las legumbres tuvo un 2022 muy complicado, influido por la caída del consumo tras los años de la pandemia. Esa caída del consumo se apreció más en el segmento de las legumbres secas que en el de las cocidas, aunque para éstas tampoco el año fue positivo.

La producción nacional lleva estando muchos años por debajo del consumo aparente, por lo que tradicionalmente el sector depende mucho de la importación. De todas las legumbres para consumo humano que se producen en España, las que más se comercializan son los garbanzos (representan el 41% de las ventas totales, entre secos y cocidos), seguidos por las lentejas (30%) y las alubias (28%).

En consonancia con las tendencias que dominan el mercado alimentario, el sector industrial de las legumbres también está acentuando el interés por la producción ecológica y de proximidad, así como por un envase más biodegradable.

Las marcas de distribución (MDD) dominan el mercado de las legumbres y en 2022 volvieron a ganar cuota de mercado en contra de las primeras marcas de fabricante, más intensamente en el segmento de legumbres cocidas que en el de secas.

En este sentido, en el libre servicio (hipermercados y supermercados de más de 100 metros cuadrados), las

MDD representaron en 2022 cerca del 73% del volumen de legumbres secas comercializadas, mientras que la primera marca de fabricante tiene el 16,9% de la cuota. Asimismo, según datos de la consultora IRI, en valor las MDD acapararon el 62,6% de la cuota de mercado, frente al 22,5% de la primera marca de fabricante (MDF).

Por su lado, en el mercado de legumbres cocidas las MDD tuvieron en 2022 una cuota del 77,9% en volumen y del 70,3% en valor, mucho más alta que la del segmento de las legumbres secas.

Por canales de venta, en 2022 se registraron descensos en todos los canales de venta de legumbres secas, incluso en las tiendas tradicionales que se habían comportado bien en años anteriores. Por su lado, las ventas de legumbres cocidas mejoraron sus niveles en los hipermercados y supermercados.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el sector industrial de las legumbres (secas y cocidas) se produjeron en 2022 muchos movimientos, siguiendo la tónica de años anteriores.

Tradicionalmente el sector empresarial de legumbres estaba compuesto por un amplio número de pequeños y medianos operadores, con cifras de producción muy modestas y un ámbito de actuación reducido. La mo-

dernización del sector y el dinamismo del mercado han provocado fuertes movimientos de concentración y el auge de las marcas de distribución (MDD).

Dentro de las legumbres secas, la primera empresa productora a nivel nacional alcanzó en 2022 un volumen de 39.400 toneladas, muy por encima del alcanzado un año antes. Por su lado, la segunda empresa en el ranking llegó hasta las 33.000 toneladas y la tercera rondó las 13.700 toneladas.

En el segmento de las legumbres cocidas, el principal fabricante registró un volumen comercializado de 42.000 toneladas peso escurrido, mientras que el segundo se situó en las 24.510 toneladas y el tercero sobrepasó las 19.000 toneladas.

En este sector, la penetración de capitales extranjeros es poco significativa. La primera empresa comercializadora de legumbres (secas y cocidas) facturó en 2022 un total de 365 millones de euros (están incluidas las ventas de otras producciones), mientras que la segunda registró unas ventas de 92 millones de euros y la tercera de 70 millones de euros. En todos los casos, las facturaciones de ese año superaron las cifras de 2021.

COMERCIO EXTERIOR

La producción de legumbres en España es claramente insuficiente para abastecer a la demanda existente,

por lo que recurrir a las importaciones constituye una necesidad para la supervivencia del sector.

En 2022 se importaron 38.061 toneladas de lentejas, 59.300 toneladas de alubias (entre todas las variedades) y 35.560 toneladas de garbanzos, según los datos de Comercio. Con respecto al año anterior, en 2022 disminuyeron significativamente las compras de lentejas y garbanzos, pero aumentaron las de alubias.

En cuanto a las exportaciones, bajaron en general con respecto al año precedente debido a la menor oferta nacional. Así, se vendieron 3.640 toneladas de garbanzo seco; 5.200 de judías y otras variedades similares y 3.616 toneladas de lentejas, según los datos de Comercio. Además, también se exportaron legumbres cocidas, pero en menor volumen.

Los principales proveedores de lentejas para el mercado español fueron Canadá, Estados Unidos y Portugal. En el caso de las alubias, las principales partidas provenían de Argentina, Estados Unidos y Canadá, mientras que en el caso de los garbanzos, procedían de Estados Unidos, México y Argentina, principalmente.

Por su parte, con respecto a las exportaciones, los principales mercados de destino fueron Marruecos, Italia, Francia y Portugal. ■

CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 154,4 millones de kilos de legumbres y gastaron 313,3 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,3 kilos de consumo y 6,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los garbanzos (1,4 kilos por persona y año), mientras que las lentejas alcanzan 1,0 kilo y las alubias 0,9 kilos por persona. En términos de gasto, los garbanzos concentran el 39,7% del gasto, con un total de 2,7 euros por persona; las alubias el 29,4%, con un total de 2,0 euros; y las lentejas, también el 29,4% y un total de 2,0 euros.

CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES DE LOS HOGARES, 2022				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL LEGUMBRES	154,4	3,3	313,3	6,8
LEGUMBRES SECAS	69,4	1,5	171,5	3,7
LEGUMBRES COCIDAS	84,9	1,8	141,8	3,1
GARBANZOS	64,8	1,4	125,0	2,7
ALUBIAS	43,2	0,9	92,8	2,0
LENTEJAS	45,3	1,0	91,6	2,0
LENTEJAS SECAS	32,6	0,7	70,0	1,5
LENTEJAS COCIDAS	12,8	0,3	21,5	0,5
OTRAS LEGUMBRES	1,1	0,0	4,0	0,1

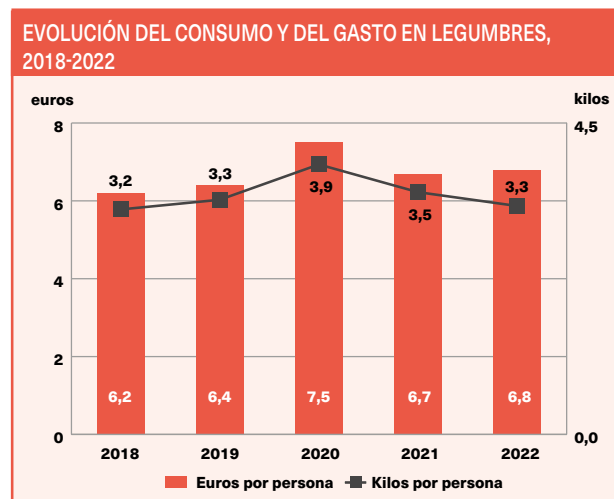
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de legumbres durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

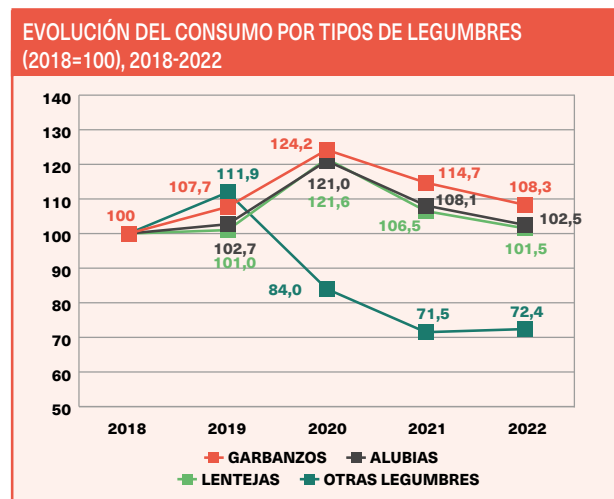
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de legumbres, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de legumbres es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de legumbres es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de legumbres, mientras que los índices son más reducidos en los hogares de cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de legumbres, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos inferiores a 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, las parejas jóvenes sin hijos y los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Cantabria y Aragón cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Galicia, Canarias y Andalucía.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

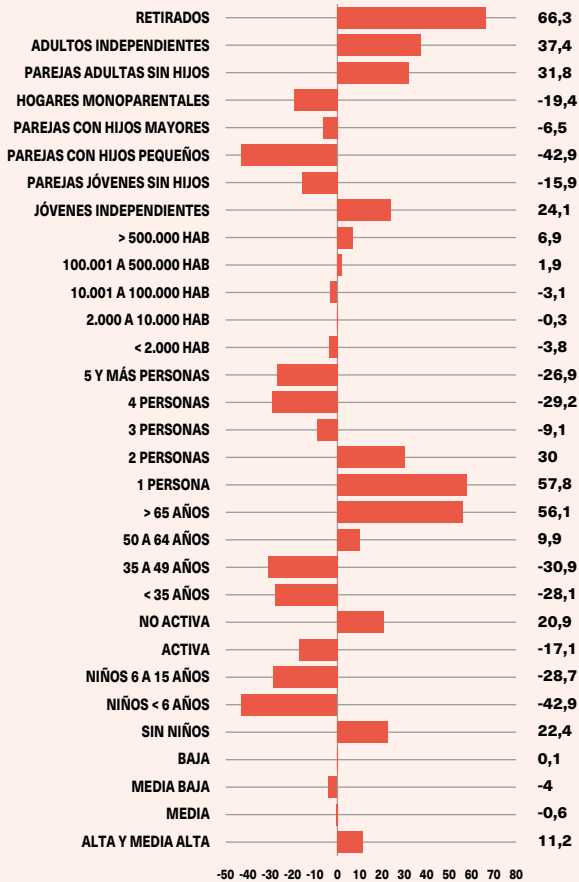
Durante los últimos cinco años, el consumo de legumbres se ha mantenido bastante estable por persona aumentando en el año 2020 por los efectos de la COVID-19 y reajustándose ligeramente a la baja en los años 2021 y 2022. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (3,9 kilos por persona al año), mientras que el gasto más alto también tuvo lugar en el ejercicio 2020 (7,5 euros por consumidor).



En la familia de legumbres, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido bastante similar para cada tipo de producto (la excepción está en otras legumbres). Respecto a la demanda de 2018, el consumo de garbanzos, lentejas y alubias aumenta.



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

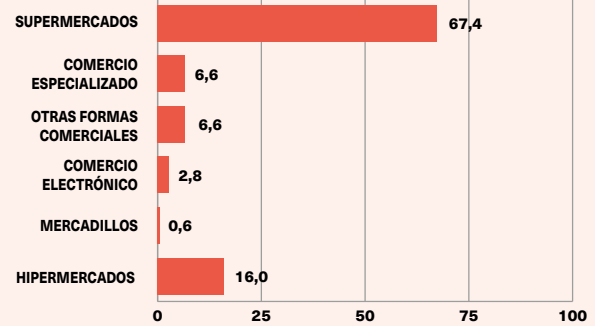


* Media nacional = 3,3 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de legumbres a los supermercados (67,4% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 16,0% y los establecimientos especializados llegan al 6,6%. El comercio electrónico supone el 2,8% y los mercadillos el 0,6%, mientras que las otras formas comerciales alcanzan el 6,6% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LEGUMBRES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



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 FUENTESAUÇO *

JUDÍAS DE EL BARCO DE ÁVILA *

LENTEJA DE LA ARMUÑA *

ALUBIA DE LA BAÑEZA-LEÓN *

LENTEJA PARDINA DE TIERRA DE CAMPOS *



CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

MONGETA DEL GANXET *

FESOLS DE SANTA PAU *

GALICIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

FABA DE LOURENZÁ *



MADRID

ALIMENTOS DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

LEGUMBRES SECAS: GARBANZOS Y LENTEJAS DE MADRID

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LÁBEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

ARABAKO BABARRUN PINTOA (ALUBIA PINTA ALAVESA)

TOLOSAKO BABARRUNA (ALUBIA DE TOLOSA)

ARABAKO BABARRUN ARROZINA (ALUBIA ARROCINA ALAVESA)

LA RIOJA

ALUBIA DE ANGUIAÑO

* Denominación en tramitación / * Inscrita en el Registro de la UE



Alubia de La Bañeza-León

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La protección de la producción de la IGP Alubia de La Bañeza-León se extiende por la zona centro y sur de León y parte de la zona norte de Zamora, ocupando una superficie de 5.456 kilómetros cuadrados. Comprende 98 municipios de la

Provincia de León pertenecientes a las comarcas agrarias de La Bañeza, Astorga, El páramo, Tierras de León, parte de la Maragatería, Cabrera y Esla-Campos, así como 20 municipios de la comarca de Benavente-Los Valles de la provincia de Zamora.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades amparadas Riñón, Pinta, Canela y Plancheta, diferentes morfológicamente entre ellas pero con unas propiedades organolépticas. La piel es muy lisa, el albumen blando y de baja granulosis, esto hace que tengan un resultado de palatibilidad muy alto. Y prácticamente todos los granos se mantienen íntegros después de la cocción. La comercialización siempre es en envase cerrado y con la contraetiqueta del Consejo Regulador.

DATOS BÁSICOS: Se vienen inscribiendo 300 hectáreas que cultivan unos 50 agricultores y rendimientos próximos a las 700.000 kg. Son 8 las industrias envasadoras y elaboradoras inscritas en el Consejo, cuya comercialización ha aumentado significativamente en los últimos años. Las perspectivas son positivas, el agricultor de la IGP está más especializado en el cultivo de la alubia y las industrias ganan cuota de mercado de este producto de calidad.

Fesols de Santa Pau

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción y elaboración de las judías amparadas por la Denominación de Origen Protegida corresponde a los municipios de Santa Pau (principal núcleo de producción), Castellfollit de la Roca, Les Planes d'Hostoles, Les Preses, Olot, Sant Feliu de Pallerols y Sant Joan les Fonts

(todos pertenecientes a la comarca de la Garrotxa, situada en Catalunya, en el N.E. de España).

CARACTERÍSTICAS: La Denominación de Origen Protegida ampara las semillas de judía (*Phaseolus vulgaris* L.) de las variedades tradicionales Tavella Brisa, Setsetmanera y Gra Petit, secas, cocidas y en conserva, producidas exclusivamente en tierras de naturaleza volcánica. Las judías son blancas, redondeadas y con unas dimensiones que oscilan entre 18 y 30 g por 100 semillas. Se caracterizan por un elevado contenido en proteína, una baja percepción de la piel, una baja harnosidad y un sabor suave.

DATOS BÁSICOS: Actualmente en el consejo regulador figuran inscritos 8 productores y 10 envasadores-elaboradores. La superficie de cultivo es de 21 hectáreas con una producción certificada de 8 toneladas.

Garbanzo de Escaceda

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los productos amparados está formada por los términos municipales de Escacena del Campo, Paterna del Campo, Manzanilla, Villalba del Alcor, La Palma del Condado y Villarrasa (todos ellos en la provincia de Huelva), y los de Castilleja del Campo, Aznalcóllar, Sanlúcar la Mayor, Albaida del Aljarafe y Olivares (en la provincia de Sevilla).

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado es el fruto de la especie vegetal *Cicer arietinum* L., del ecotipo local del Campo de Tejada y de las variedades registradas o que se registren del tipo comercial Lechoso.

Pertenece a la categoría «Extra» de acuerdo con la legislación nacional y se comercializan envasados como legumbre seca. Se caracterizan por ser de calidad superior y sus granos presentan la forma, el aspecto, el desarrollo y la coloración característicos del tipo comercial. Están exentos de defectos, a excepción de muy ligeras alteraciones superficiales, siempre que éstas no perjudiquen el aspecto general, la calidad o su presentación en el envase.

Los garbanzos presentan un color blanco amarillento muy claro, forma alargada y achatada por los lados, irregularidades en su superficie con profundos surcos y abultamientos y un calibre mínimo de 8 mm. Poseen, asimismo, un sabor agradable, una textura mantecosa y poco granulosa, piel blanda y fina adherida al grano y una gran finura al paladar.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos unos 52 productores que siembran esta legumbre y que cuentan con una superficie de unas 500 hectáreas, con una producción comercializada de unos 275.000 kg.

Garbanzo de Fuentesauco

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los garbanzos amparados está constituida por 22 municipios de la provincia de Zamora, con la población de Fuentesauco como el principal núcleo productor.

CARACTERÍSTICAS: La IGP ampara el garbanzo de la variedad Fuentesauco, de pico curvo y pronunciado, color crema o apagado mezcla de amarillo, blanco y marrón, piel de rugosidad intermedia y sin manchas. El ecotipo de este garbanzo tiene un patrimonio genético de primer orden, ya que durante generaciones de agricultores se ha ido seleccionando la variedad de mayor finura. Las referencias históricas de este producto se remontan al siglo XVI.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 74 productores y la superficie de cultivo registrada es de 660 hectáreas. La producción media anual es de 500.000 kilos. Las 7 empresas envasadoras comercializan garbanzos con IGP.

Faba Asturiana

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de las judías secas amparadas está constituida por los terrenos ubicados en el territorio de la comunidad autónoma del Principado de Asturias. La producción se centra en fincas de labor de unos 3.000 metros cuadrados de superficie media y de hasta 80.000 metros cuadrados de superficie máxima, localizadas en las riberas de los ríos o zonas llanas donde es posible la utilización de maquinaria de cultivo. La zona de elaboración y envasado coincide con la de producción.

La zona de elaboración y envasado coincide con la de producción.

CARACTERÍSTICAS: La IGP ampara aquellas judías secas, separadas de la vaina, de la variedad tradicional Granja Asturiana. El grano es oblongo, largo y aplanado. Las judías secas amparadas deberán pertenecer a las categorías comerciales Extra y Primera. Los granos deben estar enteros, sanos y con un contenido en humedad máximo del 15%.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 153 productores y la superficie de cultivo supera las 164 hectáreas. La producción media anual es de unos 250.000 kilos, de los que 200.000 son de categorías Extra y Primera. Las 28 empresas inscritas, comercializan 100.000 kilos al año con IGP.

Faba de Lourenzá

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción de habas amparadas por la indicación geográfica protegida Faba de Lourenzá abarca el territorio costero de la provincia de Lugo conocido como A Mariña Luguesa, comarca natural dividida administrativamente en tres comarcas: A Mariña Occidental, A Mariña Central y A Mariña Oriental, y que engloba los ayuntamientos de Alfoz, Barreiros, Burela, Cervo, Foz, Lourenzá, Mondoñedo, Orol, A Pontenova, Ribadeo, Trabada, O Valadouro, O Vicedo, Viveiro y Xove. El área de producción coincide con la de envasado.

CARACTERÍSTICAS: Las habas comercializadas al amparo de esta indicación geográfica presentan forma de riñón, largo, semilleno; de color blanco uniforme; tamaño muy grande (80-120 g/100 semillas); humedad entre 14-17%; escasa proporción de piel, entre el 8 y el 10%; elevada capacidad de absorción de agua, superior al 100%, y excepcional comportamiento en cocción, consiguiéndose al final del proceso granos enteros y completos, en los que destaca la pastosidad de la pulpa, exenta de grumos y escasamente diferenciada de la piel.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos 37 productores, 7 envasadores que cuentan con una superficie sembrada de 49,2 hectáreas y con una producción comercializada de unos 12.242 kg. con un valor económico de 110.174 Euros.



Judías de El Barco de Ávila

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La producción protegida está ubicada en el conjunto de municipios que conforman la comarca de El Barco de Ávila, al suroeste de la provincia de Ávila, más un municipio colindante de la provincia de Salamanca.

de la provincia de Ávila, más un municipio colindante de la provincia de Salamanca.

CARACTERÍSTICAS: Las judías se cultivan en las terrazas de los valles, en lugares protegidos del frío de la meseta y sobre suelos ligeros. Las industrias envasadoras se encuentran en la misma zona de producción y comercializan judías secas de las categorías Extra y Primera. Se acogen a esta IGP las variedades Blanca Redonda, Blanca Riñón, Morada Larga, Morada Redonda, Arrocina, Planchada y Judión de El Barco.

DATOS BÁSICOS: Hay 70 productores inscritos con una superficie de 70 hectáreas y una producción media anual de 100.000 kilos. Están registradas 4 industrias envasadoras.

Lenteja de La Armuña

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca 34



municipios, con una superficie total de 75.982 hectáreas, ubicados al norte de la provincia de Salamanca y pertenecientes en su mayoría a la comarca natural de La Armuña. La zona de elaboración y envasado coincide con la de producción.

CARACTERÍSTICAS: El clima de la zona es continental, con escasas precipitaciones, inviernos largos y fríos y veranos secos y calurosos. Los suelos, pobres en materia orgánica, son los adecuados para el desarrollo de la variedad Rubia de La Armuña, una lenteja de color verde claro, a veces jaspeado, cuyo calibre está entre 5 y 7 milímetros de diámetro.

DATOS BÁSICOS: La superficie de cultivo de Lenteja de La Armuña inscrita en el Consejo Regulador supera las 1.580 hectáreas. La producción media anual es de 1.200.000 kilos. El número de productores inscritos asciende a 190 y el de industrias a 8.

Lenteja de Tierra de Campos

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación ampara la producción de esta legumbre en la comarca de Tierra de Campos, que ocupa el sur de la provincia de León, norte de Valladolid,

este de Zamora y oeste de Palencia, en Castilla y León.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado es la Lenteja de Tierra de Campos, 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 y poca granulosidad y una adecuada mantecosis, obteniendo una lenteja muy sabrosa y fina al paladar.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador lleva la trazabilidad de 5.000 hectáreas; 256 productores y una producción anual de 2.500.000; 12 empresas comercializan esta legumbre amparada por el sello de calidad y envasada con la contraetiqueta del Consejo Regulador.

Mongeta del Ganxet

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



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

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

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

DATOS BÁSICOS: La superficie cultivada de judía grano acogida a la DOP es de 17 hectáreas. En el registro del Consejo Regulador están inscritos 3 almacenes y plantas de acondicionamiento, envasado, y 14 productores que comercializan unos 13.000 kilos de judía protegida por la denominación de origen.

FRUTAS Y HORTALIZAS



El cultivo de frutas y hortalizas agrupa gran variedad de modelos productivos, que van desde la producción intensiva de hortalizas en invernadero, hasta las tierras de secano donde se producen los frutos de cáscara o frutos secos.

España es el primer productor de frutas y hortalizas de la Unión Europea, con más del 22% de la producción comunitaria, así como también el quinto a nivel mundial.

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

La baza principal del sector hortofrutícola español es su alto grado de especialización y su capacidad para

adaptarse a la demanda tanto en formatos como en variedades.

En España hay cerca de 1.807.725 hectáreas dedicadas al cultivo de hortalizas y frutas, cítricos incluidos. De esa superficie total, se destinan 1,16 millones de hectáreas a frutales no cítricos y a frutos secos; 372.114 hectáreas a los cítricos y 269.441 a las producciones hortícolas.

La superficie dedicada a la producción de fruta dulce es más estable, aunque en algunas comunidades está disminuyendo por la pérdida de rentabilidad. Desde hace años, se está produciendo un crecimiento de la superficie de hortalizas y frutas tropicales, frente a una caída de las tierras dedicadas a cítricos.

El grueso de toda la superficie dedicada a frutas y hortalizas está al aire libre y cuenta con regadío.

Los cultivos de frutas y hortalizas están extendidos por todo el territorio nacional pero tienen mayor importancia en Andalucía (alrededor del 33% del total nacional), Comunidad Valenciana (19%), Murcia (12%), Extremadura (8%), Castilla-La Mancha (6%) y Castilla y León (5%).

SECTOR HORTOFRUTÍCOLA ESPAÑOL EN DATOS

La producción total de frutas y hortalizas en España superó en 2022 los 18,6 millones de toneladas, un volumen muy por debajo del producido en el año anterior. De esta producción total, aproximadamente el 76,5% correspondió a hortalizas; el 3,13% a los cítricos; el 20,3% al resto de las frutas, incluidos los frutos secos.

De todas las producciones hortofrutícolas, el cultivo principal en volumen de producción y en superficie cultivada es el tomate, que se consume en fresco y en conserva (el más importante en volumen).

A efectos de calcular la renta agraria, el valor de la producción española de frutas y hortalizas exclusivamente superó los 20.450 millones de euros en 2022, un 4,5% menos que en 2021, según datos del Ministerio de Agricultura en los que no está incluida la aportación de la patata.

Este sector en conjunto (frutas y hortalizas) representó el 56,4% de la Producción Vegetal final y el 32,3% de la Producción de la Rama Agraria, lo que le sitúa como el sector más importante en el conjunto del sector agrario.

De los dos subsectores que componen el grupo, el que más aporta en términos de renta agraria es el de las hortalizas. En 2022, su aportación se elevó a 11.206 millones de euros, 576 millones más que un año antes. Dentro del grupo de las hortalizas destaca el tomate por su aportación a la renta.

El segundo subsector en importación económica fue el de las frutas con 9.253 millones de euros en 2022, unos 1.261 millones de euros menos que en el año anterior. En esta cifra están incluidas las aportaciones de las aceitunas de mesa. Dentro del grupo de las frutas los subsectores que más aportan a la renta son los de los cítricos (casi el 28% del valor generado anualmente), las uvas (se incluye tanto la uva de mesa como otro tipo de uvas), las aceitunas y las frutas de hueso (melocotón) y pepita (manzana y pera).

COMERCIO EXTERIOR

Además de ser uno de los primeros países productores de frutas y hortalizas, España es también una potencia en exportación de estas producciones, pues prácticamente la mitad de las cosechas se destinan a la exportación.

Según los datos de Comercio, la exportación total de frutas y hortalizas (sin incluir la patata) se situó en algo más 11, 66 millones de toneladas, frente a los 13,1 millones de toneladas del año anterior. Sin embargo, el valor de estas ventas exteriores ascendió a 15.792 millones de euros, cifra superior a la del año anterior.

Diferenciando por capítulos, las exportaciones de frutas superaron los 6,6 millones de toneladas, frente a los 7,6 millones de un año antes. Por su lado, las ventas al exterior de hortalizas quedaron en algo menos de 5 millones de toneladas, también por debajo de un año antes.

Por destinos, al mercado de la UE se llevaron el 85% de las exportaciones españolas y entre los países terceros que recibieron más frutas y hortalizas españolas destacaron en 2022 Reino Unido, Brasil, Arabia Saudí y Canadá.

Andalucía, Murcia, Cataluña y la Comunidad Valenciana concentran la mayor parte de las exportaciones de frutas y hortalizas.

Por productos, los más exportados en volumen son la naranja, el pimiento, la sandía, la lechuga, la Clementina, el limón, el tomate, el pepino, el melocotón (incluida la nectarina) y el melón.

En cuanto a la importación en 2022, se mantuvo la tendencia creciente de los últimos años. Se compraron frutas y hortalizas por un volumen de 3,8 millones de toneladas, de las que 2 millones fueron frutas. En los últimos años se está observando un cambio de tendencia en el comercio de frutas y hortalizas que está haciendo de España un país que cada vez importa más.

La Unión Europea (UE) 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. Por su lado, entre los países terceros destacaron por sus ventas Marruecos, Costa Rica, EEUU y Argentina.

Tomates Syngenta

Resistentes
al virus del Rugoso
del Tomate



Asimismo, los principales productos importados anualmente en volumen son, dentro de las frutas, el plátano, el aguacate, la manzana y la piña, mientras que dentro de las hortalizas destacó el tomate.

PRODUCCIÓN HORTOFRUTÍCOLA EN LA UE

La Unión Europea es una potencia mundial en producción de frutas y hortalizas, pues aporta cerca del 5% del volumen producido anualmente. En 2022, según datos de la Comisión Europea, el valor de las frutas y hortalizas producidas en la Unión se estimó en 73.400 millones de euros, lo que representó más del 14% del valor de toda la producción agrícola.

De la producción total, aproximadamente el 22% correspondería a la producción española, que es la primera en el ranking comunitario.

Por detrás de España están como países productores Italia (21%), Polonia (11%), Francia (9%), Países Bajos (7%), Grecia (6%), Alemania (6%), Rumanía (4%), Portugal (3%), Bélgica (3%) y el resto de los países (7% en conjunto).

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).

Respecto a las producciones hortícolas, sin incluir las patatas, el volumen supera anualmente los 60 millones de toneladas, abarcando gran diversidad de cultivos. A pesar de la reducción que ha sufrido el sector en los últimos años, cerca del 19% de la producción total de hortalizas en la Unión Europea corresponde a la cosecha de tomates y también son muy importantes las producciones de cebolla y zanahoria, si bien con la salida de Reino Unido (que lideraba el ranking en este subsector), la producción comunitaria se ha resentido.

Tradicionalmente y a pesar de su gran producción, importa grandes cantidades de frutas y hortalizas, especialmente frutas tropicales.

El grueso de los intercambios comerciales de frutas y hortalizas que se producen en la Unión Europea corresponden al comercio comunitario, aunque es cierto que también hay un gran volumen de intercambios con países terceros. España es el primer exportador de la UE y uno de los tres primeros exportadores mundiales junto con China y EEUU.

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

PRODUCTO	2020	2021	2022
AGUACATE	138,4	139,9	149,7
AJOS	189,2	175,1	164,5
ALBARICOQUES	96	97	59,5
ALCACHOFAS	11,5	12,6	15,9
APIO	81,1	106,7	93,5
BERENJENAS	171,4	166,45	149,9
CALABACINES	425,8	450,82	352,97
CAQUI	210,8	189,8	119,38
CEBOLLAS	356,3	338,58	316,84
CIRUELAS	89,7	116	94,1
COLES-BRÓCOLI	493,9	539,3	500,5
ESPÁRRAGOS	24,3	28	22,8
FRESAS	286,8	316,6	278,13
JUDÍAS VERDES	24,3	21,5	19,2
KIWIS	28,1	39,4	28
LECHUGAS	766,3	811,7	714,5
LIMONES	733,9	734,2	647,8
MANDARINAS	1.344,20	1.326	1.245,7
MANZANAS	133,9	110,4	106,10
MELOCOTONES	325	344,3	262,20
MELONES	433,7	430,8	337,70
NARANJAS	1.638,9	1.565,8	1.610,10
NECTARINA	329,2	346,6	277,50
PATATAS	284,8	334,6	366,40
PEPINOS	703	660,3	694,25
PERAS	107	122,4	93,70
PIMIENTOS DULCES	845,4	853,6	795,66
PLÁTANO	92,2	112,8	70,18
POMELOS	64,7	74,4	64,70
SANDÍAS	839,6	996,6	680,20
TOMATES FRESCOS	728,8	662,5	629,26
UVAS	193	200,7	176,46
ZANAHORIA	128,6	150,2	107,23

FUENTE: Datacomex

Dentro de las frutas, las principales partidas del comercio intracomunitario son los plátanos-bananas y las naranjas. Por su lado, a países terceros se venden principalmente manzanas.

**IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS
HORTOFRUTÍCOLAS (Millones de toneladas)**

PRODUCTO	2020	2021	2022
AGUACATE	173,8	214,2	208,6
CEBOLLAS	89	110,6	99,6
JUDÍAS	131,4	118,3	114
KIWIS	138	159,3	140,3
LIMÓN	54,5	40	74,5
MANGO	70,3	78,6	72,8
MANZANAS	179,6	184,6	195,52
MELONES	95,7	98	79,7
NARANJAS	191,3	179,3	117,29
PATATAS	914,3	878,1	1056,70
PERAS	50,4	66,4	63,3
PIMIENTO	61,1	65,6	76,3
PIÑAS	151,4	170,4	160,7
PLÁTANO	324,2	369,7	403,7
TOMATES FRESCOS	165,3	178,1	188,05
UVA DE MESA	59,6	69,7	81,5

FUENTE: Datacomex

Respecto a las verduras, los tomates suelen ser la partida principal en el comercio entre países de la UE y las cebollas, la principal exportación a países terceros.

**PRODUCCIÓN MUNDIAL
DE FRUTAS Y HORTALIZAS**

Según estimaciones de la FAO, la producción mundial de frutas y hortalizas ronda los 2.200 millones de toneladas. El país con mayor producción es China, que aporta casi el 42% de todo este volumen. Por detrás se sitúa India, con el 12% del total; Estados Unidos (3%), España (2%), Turquía (2%) e Italia (1%). ■



FRUTAS

La gran diversidad de climas y zonas productoras que hay en España permite que la producción nacional de frutas sea muy rica y variada. A efectos de calcular la renta agraria nacional, según datos del Ministerio de Agricultura, el sector de las frutas volvió a registrar un descenso en la cantidad produci-

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES FRUTAS (Miles de toneladas)			
PRODUCTO	2020	2021	2022
AGUACATE	99,1	116,8	106,5
ALBARICOQUES	133,3	127,2	81,2
CEREZAS-GUINDAS	83,1	129,9	96,9
CIRUELAS	155,8	182,8	180
FRESAS-FRESONES	272,5	360,8	325,2
MANZANAS DE MESA	27,6	28,7	27,00
MELOCOTONES	445,5	516,3	421,6
MELONES	826	744,4	525,6
NECTARINA	611	652,6	527,9
PERAS	483,6	452,7	345,9
PLÁTANOS	324	316,5	247,4
SANDÍAS	420,1	409,1	345,4
UVAS DE MESA	1.234,90	1.382,3	997,4

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CIRUELAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	19,7	18,7	17,2
ARAGÓN	8,1	13,3	12,0
COMUNIDAD VALENCIANA	12,7	12,2	4,6
EXTREMADURA	77,6	101,1	116,0
MURCIA	14,3	10,7	8,8
OTRAS CCAA	23,4	26,8	21,4
TOTAL ESPAÑA	155,8	182,8	180

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE CIRUELAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	12.225	12.014	12000
UE	1.597	1650	1640
ESPAÑA	155,8	182,8	180

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

da (20,7%), en 2022. Asimismo, los precios medios subieron un 11%, continuando la tendencia del año anterior (en estos datos están incluidas las frutas frescas, los cítricos, las frutas tropicales, las uvas y las aceitunas de mesa).

El valor generado por las frutas ascendió a 9.252,8 millones de euros a precios básicos (frente a los 10.513 millones del año anterior) y el sector representó el 14,6% de la Producción Final Agraria (casi 2 puntos porcentuales menos que en 2021) y el 25,5% de la Producción Vegetal, también un porcentaje muy inferior.

En la Unión Europea, la aportación de las frutas a la renta agraria sumó en 2022 cerca de 32.300 millones de euros a la renta agraria. Con respecto al valor de la Producción Final Agraria, el sector de la fruta comunitaria supuso en 2022 el 6% y con relación a la Producción Final Vegetal, el 11,2%.

En la UE las dos producciones mayoritarias dentro de las frutas son la manzana (muy extendida por

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE PERAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	11	15,3	12,7
ARAGÓN	47,4	38,8	37,2
CATALUÑA	138	132,2	95
COMUNIDAD VALENCIANA	11,1	10,3	9,9
EXTREMADURA	12,9	15,2	8,8
LA RIOJA	57,3	54,3	46
MURCIA	23,3	27,6	17,9
OTRAS CCAA	23	22,8	20
TOTAL ESPAÑA	324	316,5	247,4

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE PERAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	24.986	25.658,7	25.700
UE	2.219	1.721	2.061
ESPAÑA	324	316,5	247,4

FUENTES: FAO, EUROSTAT, WAPA Y MAPA

PRODUCCIONES DE AGUACATE EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	8.104	8.685,7	8.600
UE	111,6	120	110
ESPAÑA	99,1	116,8	106,5

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

todo el territorio comunitario, especialmente en los países del norte) y la naranja (que se concentra en los países de la cuenca mediterránea).

TIPOS DE FRUTA

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

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

CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	6,5	7,5	7,5
ARAGÓN	70,8	80,7	64,1
ASTURIAS	1,38	1,4	1,5
CASTILLA-LA MANCHA	44,3	39	51,2
CASTILLA Y LEÓN	235,1	298,6	203,5
CATALUÑA	6,1	7	4,2
COMUNIDAD VALENCIANA	51,3	48,5	60,5
GALICIA	13	13,5	13,8
MURCIA	8,8	10	7,7
PAÍS VASCO	2,5	3,8	1,95
OTRAS CCAA	5,72	6,3	5,6
TOTAL ESPAÑA	445,5	516,3	421,6

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	90.490	93.144	93.500
UE	10.504	11.830	11.923
ESPAÑA	445,5	516,3	421,6

FUENTES: FAO, EUROSTAT, WAPA Y MAPA



www.nufri.com

**50 años de experiencia
a vuestro servicio.**

tomate, es clasificado directamente entre las hortalizas al carecer de dulzor.

FRUTAS-HORTALIZAS

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 2022 la producción de sandía se redujo, tras varios años de crecimiento. Al final de la campaña, se recogieron 997.400 toneladas (un 28% menos), al tiempo que la producción de melón disminuyó también un 19% hasta 527.900 toneladas.

Por su lado, la producción de fresas y fresones también de desplomó tras recuperarse un año antes. Se recogieron 325.200 toneladas, un 10% menos, principalmente en los campos de Andalucía.

A nivel europeo se produjo también una caída de la producción de sandía por la menor aportación española, así como también de las cosechas de melones y fresas.

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. Las dos principales producciones de frutas de pepita a nivel mundial son las peras y las manzanas.

En la campaña 2022, al igual que en 2021, la producción nacional de pera disminuyó (22%, hasta 247.400 toneladas) y lo mismo sucedió con la manzana (18%, hasta 421.600 toneladas).

A estas producciones habría que añadir la cosecha de manzana destinada a la elaboración de sidra, que fue muy inferior a la del año precedente (91.900 toneladas).

Respecto al comercio exterior de estas frutas, al igual que en años anteriores, en 2022 las exportaciones españolas de manzana disminuyeron un 4% hasta situarse en 106.100 toneladas, mientras que las ventas al exterior de peras se redujeron un 23%, hasta llegar a 93.700 toneladas.

En cuanto a las importaciones, la manzana es una de las frutas más relevantes. En 2022 se importaron 195.520 toneladas (6% más). Por su parte, se importaron también 63.300 toneladas de peras, un 5% menos que un año antes.

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

CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	33,9	29,7	29
ARAGÓN	156,4	103,4	85
CATALUÑA	140,1	140,7	58,8
COMUNIDAD VALENCIANA	11,9	14,5	7,8
EXTREMADURA	58,4	68	70
MURCIA	77	91,3	92,5
OTRAS CCAA	5,9	5,1	3,4
TOTAL ESPAÑA	483,6	452,7	345,9

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
UE	981	975	975
ESPAÑA	483,6	452,7	345,9

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	7,8	7,5	9,1
COMUNIDAD VALENCIANA	111,6	99,6	108,1
MURCIA	174,8	192,7	179
OTRAS CCAA	3,6	4,8	6
TOTAL ESPAÑA	297,8	304,6	302,5

FUENTE: MAPA

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

PRODUCTO	2020	2021	2022
UE	1.632	1.650	1.640
ESPAÑA	297,8	304,6	302,5

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	718,8	833,9	530,3
BALEARES	11,1	12	12
CASTILLA-LA MANCHA	192	212,2	186,5
CATALUÑA	7,6	6,8	3,7
COMUNIDAD VALENCIANA	75,1	78,7	73,8
EXTREMADURA	15,2	14	8,2
MURCIA	206,4	216,9	177,9
OTRAS CCAA	8,7	7,8	5,00
TOTAL ESPAÑA	1.234,90	1.382,3	997,4

FUENTE: MAPA

En la UE aumentó en 2022 la producción de manzana (se recogieron 11,9 millones de toneladas en total) y también la de pera (2 millones de toneladas). La producción mundial siguió la misma tónica de aumento de producción. Las dos variedades de manzana más extendidas a nivel mundial son la golden y la gala.

OTRAS FRUTAS DE PEPITA: UVA, NÍSPE-RO Y MEMBRILLO

Además de peras y manzanas, hay otras frutas de pepita que van ganando terreno de año en año: la uva de mesa, el níspero y el membrillo.

En España, la uva de mesa, o uva para consumo en fresco, tiene una técnica de cultivo distinta de la de la uva para vinificación. Las variedades específicas para mesa (aledo, italia, rosetti, ohanes, napoleón, seedless, cardinal, moscatel, 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.

La cosecha nacional de uva de mesa se redujo en 2022 un 1% hasta situarse en 302.500 toneladas. En España se cultivan uvas de mesa blancas y rojas, con y sin pepita. En 2022 había dedicadas a este cultivo unas 16.546 hectáreas, cifra similar a la del año precedente.

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

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

Este cultivo ocupaba en 2022 un total de 2.221 hectáreas en España, principalmente en tierras de regadío. Ese año, la producción de nísperos alcanzó las 27.249 toneladas, de las que 14.030 toneladas se recogieron en la Comunidad Valenciana y 12.740 toneladas en Andalucía.

En cuanto al membrillo, en 2022 había registradas un total de 777 hectáreas de membrilleros en producción, la mayoría de ellas en Andalucía (Córdoba principalmente). La producción de esta fruta en el año 2022 se elevó a 6.423 toneladas, según los datos del Ministerio de Agricultura. Esta producción se destinó, principalmente, a la industria agroalimentaria para la elaboración de carne de membrillo y mermelada.

FRUTAS DE HUESO

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

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

CC.AA	2020	2021	2022
ARAGÓN	20,4	18,9	16,5
COMUNIDAD VALENCIANA	18,5	24,3	4,5
MURCIA	64,5	54,5	40,8
OTRAS CCAA	28,9	29,6	19,4
TOTAL ESPAÑA	133,3	127,2	81,2

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	3.717	3.578,4	3.540
UE	553	560	510
ESPAÑA	133,3	127,2	81,2

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	34,3	35,4	34,4
ARAGÓN	228,2	152,3	95,5
CASTILLA-LA MANCHA	39,5	48,3	30,1
CATALUÑA	202,5	198,4	89,7
COMUNIDAD VALENCIANA	18,8	15,3	10
EXTREMADURA	47	56,6	54,0
LA RIOJA	8,6	8,4	8,0
MURCIA	225	209,7	190,0
NAVARRA	7,4	5,9	3,8
OTRAS CCAA	14,7	14,1	10,1
TOTAL ESPAÑA	826	744,4	525,6

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	24.267,4	24.994	24.900
UE	2.625	2.372	2.200
ESPAÑA	826	744,4	525,6

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

PRODUCCIONES DE SANDÍAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	101.916,8	101.634,7	99.000
UE	3.086	3.100	2.800
ESPAÑA	1.234,90	1.382,3	997,4

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE FRESAS Y FRESONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	262,7	350,7	314,8
CATALUÑA	1,9	1,9	2
CANARIAS	2,3	2,3	2,2
CASTILLA Y LEÓN	2,2	2,3	2,3
GALICIA	2,1	2,3	2
OTRAS CCAA	1,3	1,3	1,8
TOTAL ESPAÑA	272,5	360,8	325,2

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE FRESAS Y FRESONES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	8.862	8.900	8.850
UE	1.106	1.300	1.280
ESPAÑA	272,5	360,8	325,2

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MELONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	184,9	197,7	147,3
BALEARES	6,1	8,2	8,2
CASTILLA-LA MANCHA	171,3	166,1	143,4
CATALUÑA	4,7	4	2,3
COMUNIDAD VALENCIANA	38,6	42	35
EXTREMADURA	15,2	15,1	14,5
MADRID	5,9	5,8	3
MURCIA	178,6	207,3	169
OTRAS CCAA	5,7	6,4	5,2
TOTAL ESPAÑA	611	652,6	527,9

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE MELONES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	28.186,6	28.617,6	28.500
UE	1.719,8	1.800	1.700
ESPAÑA	611	652,6	527,9

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA



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 a lo largo de la primavera y el verano. En general son frutas que obtienen buenas cotizaciones, si no se estropean por las lluvias y la mala climatología.

Al igual que en la campaña precedente, para el conjunto de la fruta de hueso el balance de 2022 fue negativo en cuanto a producción. La suma de las cosechas de melocotón, nectarina, albaricoque, cereza, guinda y ciruela quedó por debajo de los 1,14 millones de toneladas, frente a los 1,54 millones de 2021 y los 1,7 millones de 2020.

Así, la producción de melocotón quedó en 525.600 toneladas (29% menos); la de nectarina en 345.900 toneladas (24% menos); la de albaricoque en 81.200 toneladas (36% menos); la de ciruela en 180.000 toneladas (2% menos) y la de cereza y guinda en 96.900 toneladas (un 25% menos).

Respecto al comercio exterior en 2022, las exportaciones de albaricoques descendieron un 39% (se vendieron unas 59.500 toneladas), mientras que las de ciruela bajaron un 19% hasta 94.100 toneladas.

También fueron inferiores las ventas al exterior de melocotones (un 24%, hasta 262.200 toneladas) y las de nectarina (un 20% hasta 277.600 toneladas).

La cereza, por su parte, experimentó una caída espectacular en sus ventas exteriores, al pasar de 45.732 toneladas exportadas en 2021 a 26.621 toneladas 2022.

En la UE, la producción total de fruta de hueso aumen-

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CEREZAS Y GUINDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	7	6,3	6,2
ARAGÓN	29,4	44,7	32,2
CATALUÑA	8,1	13,4	4,5
EXTREMADURA	22	44	37,6
OTRAS CCAA	16,6	21,5	16,4
TOTAL ESPAÑA	83,1	129,9	96,9

FUENTE: MAPA

tó un 5% con respecto al año 2021 y a pesar de la caída general de las cosechas en España. En total, se produjeron cerca de 6,3 millones de toneladas de estas frutas e Italia fue el principal país productor. También aumentó su producción Grecia, mientras que Francia la redujo cerca del 8%.

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.

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.

Tal es el caso de la higuera, que lleva en España desde tiempos inmemoriales. Según los datos del Ministerio de Agricultura, en 2022 había cerca de 18.100 hectáreas dedicadas a este frutal, de las cuales 13.450 estaban en producción regulada. Casi la mitad de esas tierras estaban en Extremadura, aunque regiones como Galicia, Castilla y León, Canarias o el País Vasco destacan por la cantidad de higueras diseminadas que tienen. En 2022, la producción de higos alcanzó las 43.800 toneladas, un volumen muy inferior al del año precedente. En el conjunto del año 2022 se exportaron 3.734 toneladas de higos, volumen muy inferior al del año anterior.

KIWI Y AGUACATE

En cuanto al kiwi, la producción de 2022 creció hasta 27.000 toneladas. La producción de kiwi se concentra en el norte de España, principalmente en Galicia, Asturias y País Vasco. En 2022 la superficie dedicada a este frutal fue de 1.691 hectáreas y se exportaron cerca de 28.100 toneladas, un 28% menos que en el año anterior.

PRODUCCIONES DE CEREZAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	2.609	2.732	2.700
UE	784	861	820
ESPAÑA	83,1	129,9	96,9

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

PRODUCCIONES DE KIWI EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	4.432	4.467	4.460
UE	952,2	950	949
ESPAÑA	27,6	28,7	27

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

Por su parte, 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 2022 la producción se redujo y quedó en 110.500 toneladas. También se incrementaron un 7% las exportaciones de aguacate, en consonancia con la tendencia de años anteriores. Finalmente, se vendieron en el exterior 149.700 toneladas, pero también se importaron 208.600 toneladas (un 3% menos).

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 hace mucho tiempo y desde hace años los agricultores han empezado a apostar por otros cultivos como la papaya, la piña o el mango. En 2022 España contaba ya con 3.047 hectáreas de chirimoyo en producción, según datos del Ministerio de Agricultura, además de unos 8.575 árboles diseminados por las islas Canarias. Toda la producción se cultiva en regadío y en los últimos años el cultivo está teniendo problemas por la escasez de agua. En 2022 se produjeron unas 43.548 toneladas, de las cuales casi el 95% se recogió en Andalucía, y más concretamente en la provincia de Granada.

Por otro lado, en 2022 había 5.239 hectáreas de mango en producción, aunque en realidad la superficie es mayor porque hay muchos árboles diseminados, especialmente en Canarias. Según datos del Ministerio de Agricultura, ese año se recogieron en España 39.944 toneladas de mango, de las cuales 337 toneladas procedieron de los árboles diseminados. Málaga es la

provincia con una mayor producción (casi el 62% del total).

Asimismo, también se cultiva la papaya (en 2022 la superficie aumentó hasta las 482 hectáreas, la mayor parte de ellas en invernadero) y la piña (se redujo el cultivo hasta las 141 hectáreas).

La producción nacional de piña hizo posible que se exportaran unas 33.344 toneladas en 2022 (muy por encima del volumen comercializado en el año anterior). Asimismo, también se vendieron en el exterior 62.241 toneladas de mangos y guayabas, también un volumen muy superior al del año anterior.

GRANADA Y CAQUI

El granado es un frutal que lleva muchos siglos en España. Extendido por el sureste del país principalmente, la producción se fue abandonando hasta casi desaparecer, pero desde finales del siglo XX, el cultivo se ha ido recuperando y en 2022 ya había 5.327 hectáreas en España. La Comunidad Valenciana, especialmente Alicante, es la región con mayor superficie de granados. En 2020, según datos del Ministerio de Agricultura, la producción nacional superó las 79.100 toneladas.

Además del consumo de la granada en fresco, actualmente se comercializan también preparados de esta fruta (zumos, etc.) que tienen mucha aceptación en el mercado.

En la línea del níspero está el caqui, una producción minoritaria, pero en clara posición de crecimiento, si bien en 2022 la superficie cultivada se redujo y se situó en 16.045 hectáreas (unas 600 menos). El cultivo del caqui se concentra también en la Comunidad Valenciana y cuenta también con una marca de calidad reconocida: la Denominación de Origen Protegida Kaki Ribera del Xúquer. En el año 2022 se exportaron 119.380 toneladas de esta fruta, un 37% menos que en el año anterior. El comercio de caqui se concentra principalmente en el último trimestre del año y la fruta tiene muy buena aceptación en los mercados internacionales

FRUTOS ROJOS

En España, además de las fresas y fresones ya citadas, las 2 producciones que destacan son el arándano y la frambuesa, si bien existen otras producciones como las moras o las grosellas, que se destinan principalmente a la exportación.

En los últimos años se ha incrementado la superficie destinada al cultivo de frambuesa, que en 2022 llegó a

2.250 hectáreas. La mayor parte de esta superficie se encuentra en Andalucía y, más concretamente, en la provincia de Huelva.

Por su lado, también había ese año 5.153 hectáreas de arándanos y 479 dedicadas al moral.

La balanza comercial española de frutos rojos es históricamente positiva. España es, junto con Países Bajos, el principal exportador de frutos rojos de la Unión Europea. El destino mayoritario de las exportaciones españolas es el mercado comunitario, así como también el Reino Unido.

El grueso de las exportaciones de frutos rojos en 2022 fueron las ventas de arándanos (86.879 toneladas, unas 2.700 menos que en 2021), seguidas de las de frambuesas (67.830 toneladas, 4.000 más que en 2021), pero también se exportaron 4.235 toneladas de moras (900 menos que un año antes) y unas 794 toneladas de grosellas.

Como sucede con otras frutas, la producción ecológica se va abriendo paso también en el sector de los frutos rojos. En 2022 había cerca de 1.800 hectáreas dedicadas a estas producciones, la mayor parte de las cuales estaban en Andalucía.

Según los datos de la organización de FAO, la producción mundial de frutos rojos supera anualmente los 10,5 millones de toneladas. En la Unión Europea la cosecha es de aproximadamente 1,2 millones de toneladas y de esa producción, le corresponde a España cerca del 30%.

PLÁTANO

Los plátanos en estricto sentido 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 sapientum* (*Musa cavendishi*), que supone el 70% de la producción.

Sus frutos, más pequeños y 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 su día, España optó por el cultivo de plantas de la especie *Musa cavendishi*, variedad enana. Sin embargo, desde el primer momento en vez de banana se le dio el nombre de plátano canario, que se caracteriza por su bajo porte, que hace que las plataneras enanas sean muy adecuadas para resistir los vientos marinos que azotan los troncos.

La producción de plátano en 2022 fue mucho peor que la del año anterior, con un descenso del 16% y se produjeron 345.400 toneladas. En ese descenso de la producción han pesado las consecuencias de la erupción del volcán en la isla de La Palma, que es una de las islas con mayor producción de Canarias.

La superficie de plataneras en Canarias ronda las 8.892 hectáreas, de las cuales algo más de 3.100 se cultivan en los invernaderos. La hectárea de platanera es con diferencia la superficie de cultivo más cara de España.

Una pequeña parte de la producción nacional de plátano se cultiva como ecológico.

El grueso de la producción se comercializa en el mercado nacional, si bien se destina también una buena

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

	2020	2021	2022
MUNDO	121.398	124.978	124.500
UE	658,3	639	583,2
ESPAÑA	420,1	409,1	345,4

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA



Con la mejor agua
se obtienen los
plátanos
más exquisitos



Los plátanos de La Palma

EL SABOR DE CANARIAS

a la exportación. En 2022 se exportaron 70.180 toneladas de plátanos (un 7% menos que un año antes), mientras que se importaron 403.700 toneladas de plátanos y bananas, un volumen superior en un 8% al del año anterior.

En la Unión Europea, la producción total de plátanos y bananas en 2022 rondó las 583.200 toneladas, un volumen un 9% inferior al producido en el año anterior. Además de España, que aportó casi el 60% de la producción ese año, también hay producción de bananas en Francia, Portugal, Grecia y Chipre, así como también en Martinica y Guadalupe.

La producción comunitaria es muy poca para abastecer la demanda, que en 2022 superó los 6 millones de toneladas. Por eso, cada año se importan grandes cantidades de plátanos. El país que más plátanos-bananas vendió a la Unión Europea fue Ecuador, en virtud de los acuerdos comerciales firmados.

Finalmente, la producción mundial de este tipo de frutas aumentó y logró alcanzar los 124 millones de toneladas.

CÍTRICOS

Las numerosas especies que forman parte del género "Citrus" proceden de Asia, de las zonas tropicales y subtropicales. Desde allí se distribuyeron por África y el sudeste de Europa, para pasar posteriormente a América.

Los cítricos cultivados en el mundo se localizan entre los 40° de latitud norte y 40° de latitud sur, desde la orilla del mar hasta altitudes que sobrepasan los 1.000 metros.

En España el límite máximo tolerable es de 400 metros y se localizan a lo largo de toda la costa levantina y parte de la atlántica, desde Tarragona hasta Ayamonte (Huelva).

En los últimos años, la superficie destinada al cultivo de cítricos en España ha ido disminuyendo, pero todavía sigue siendo la más importante de todos los frutales. Así, al terminar 2022 en España había 309.320 hectáreas dedicadas a estos cultivos, un 0,7% más que en 2021, que se concentraban en los litorales este y suroeste de la península, especialmente en la Comunidad Valenciana (60%), Andalucía (25%), Murcia (10%) y Cataluña (3%).

Por cultivos, el naranjo es todavía el que más superficie ocupa en España: 150.716 hectáreas en 2022 de naranjo dulce y 239 hectáreas de naranjo amargo, cuya fruta se usa en la industria para hacer mermeladas. La segunda posición en cuanto a superficie la ocupa el mandarino, con algo más de 101.560 hectáreas y la tercera el limonero, con 53.301 hectáreas. Además de estas producciones, también se cultivan en España pomelos (2.743 hectáreas) y otros cítricos (762 hectáreas en 2022).

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.

PRODUCCIÓN EN ESPAÑA

La campaña 2021/2022 terminó con una producción final de algo más de 6,8 millones de toneladas, de las que 3,5 millones eran naranjas, 2,1 millones pequeños cítricos (mandarinas, etc.), 1,05 millones de toneladas limones y el resto pomelos y otros cítricos.

Por su lado, la producción nacional de cítricos en la campaña 2022/2023 se situó por encima de los 5,7 millones de toneladas, un 16% menos que en la campaña anterior. De esta producción, el grueso (2,86 millones de toneladas) correspondió a la producción de naranja dulce).

El resto de la producción fue para los pequeños cítricos (1,9 millones de toneladas) limones (algo más de 857.000 toneladas) y pomelos (74.900 toneladas).

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 de la variedad lane late.

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

La gran versatilidad de estas frutas permite escalar 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 hay tanta competencia como con las naranjas y a que las mandarinas se venden bien porque tienen pesos pequeños y se amoldan mejor a las tendencias de hábitos de consumo.

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.

CÍTRICOS EN LA UE Y EN EL MUNDO

Dentro de la Unión Europea, España es con mucha diferencia el gran país productor de cítricos. En la campaña 2021/2022 eran españolas el 49% de las naranjas, el 55% de los limones, el 65% de las clementinas (satsumas y mandarinas incluidas) y el 83% de los pomelos de toda la UE. Consecuentemente, en consonancia con España la UE tuvo un balance negativo para los cítricos en la campaña 2021/2022. Se produjeron cerca de 6,7 millones de naranjas; 3,1 millones de mandarinas y clementinas, así como también 1,6 millones de limones. Por su lado, en la campaña 2022/2023 también se redujeron las cosechas en la UE: 5,8 millones de toneladas de naranjas; 3 millones de pequeños cítricos y 1,5 millones de limones.

A nivel mundial, las cosechas fueron peores en la campaña 2022/2023. Según los datos del departamento de Agricultura del gobierno norteamericano, disminuyó la producción de naranjas, mandarinas, limones y pomelos.

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

PRODUCTO	2020/2021	2021/2022	2022/23
NARANJAS	3.496	3.568	2.868,3
PEQUEÑOS CÍTRICOS	2.317	2.153,7	1.956,3
LIMONES	1.141,6	1.047,3	857
POMELOS	81,6	81,9	74,9
OTROS CÍTRICOS	9,22	11,3	9,6
TOTAL	7.045,0	6.862,2	5.766

FUENTE: MAPA

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

CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	1.715,00	1.772,4	1.307,37
BALEARES	6,1	6,7	6,2
CANARIAS	12,4	11,1	11,9
CATALUÑA	43,5	38	21,9
COMUNIDAD VALENCIANA	1.595,8	1.609,3	1.416,5
MURCIA	120,8	127	102
OTRAS CCAA	2,4	2,8	3,3
TOTAL ESPAÑA	3.496	3.568	2.868,3

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	48.197	50.002	47.528
UE	6.540	6.720	5.854
ESPAÑA	3.496	3.568	2.868,3

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE PEQUEÑOS CÍTRICOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	515,5	562,6	500
CATALUÑA	141	116,6	100
COMUNIDAD VALENCIANA	1.412,6	1.170,8	1.134,4
MURCIA	119,2	121,4	93,1
OTRAS CCAA	129	182	129
TOTAL ESPAÑA	2.317	2.153,7	1.956,3

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE MANDARINAS, CLEMENTINAS Y SATSUMAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	36.016	37.808	36.594
UE	3.243	3.155	3.013
ESPAÑA	2.346	2.153,7	1.956,3

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE POMELOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	29,8	28,9	23,3
COMUNIDAD VALENCIANA	16,8	17,3	17
MURCIA	33,7	35,5	32,7
OTRAS CCAA	1,3	0,1	1,9
TOTAL ESPAÑA	81,6	81,9	74,9

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE POMELOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	6.700	7.000	6.900
UE	96	97	90
ESPAÑA	81,6	81,9	74,9

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LIMONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	118,3	122,3	91,4
COMUNIDAD VALENCIANA	304,2	268	242,8
MURCIA	707	641,3	517,4
OTRAS CCAA	12,1	15,7	5,4
TOTAL ESPAÑA	1.141,6	1.047,3	857

FUENTE: MAPA

LÍDERES EN EXPORTACIÓN

En cuanto al comercio, el sector de los cítricos abanderó las exportaciones de frutas de España tanto en valor como en volumen. En 2022, se exportaron 3,56 millones de toneladas en total, un volumen inferior al del año anterior según datos de Comercio, que hacen referencia al año natural, no a la campaña de comercialización.

De estas ventas totales, 1,6 millones de toneladas fueron naranjas; 1,24 millones mandarinas; 64.704 toneladas fueron pomelos y 647.870 toneladas de limones. En todos los casos, los volúmenes resultaron inferiores a los del año anterior.

Las importaciones, por su parte, también fueron menores que un año antes en el caso de la naranja (se compraron 117.296 toneladas, un 34% menos), la mandarina (29.918 toneladas) y el pomelo (5.282 toneladas). Sin embargo, en 2022 aumentó la compra de limones en el exterior: desde 40.000 toneladas a 74.504.

CÍTRICOS PARA ZUMOS

Si bien la mayor parte de la producción de naranjas y mandarinas se destina al consumo en fresco, cerca de 1,5 millones de toneladas de estas frutas van a otros usos entre los que destaca la industria de zumos.

A este respecto, hay variedades de naranjas que dan poco rendimiento en zumo, por lo que se buscan las blancas selectas y comunes que sí dan buenos rendimientos (alrededor del 40-42%). Lo mismo ocurre con las mandarinas clementinas (40% de zumo) y con los limones comunes (25% de zumo) frente a otras mandarinas (33%) y limones selectos (verdelli y primofiori, 20%).

Asimismo, anualmente en torno a 50.000 toneladas de mandarinas, en su mayoría satsumas, se destinan a la industria de gajos en conserva y generan en torno a 40 millones de euros. Prácticamente el 95% de

PRODUCCIONES DE LIMONES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	9.361	9.934	9.270
UE	1.731	1.629	1.567
ESPAÑA	1.141,6	1.047,3	857

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

BOUQUET

bouquet.es

Comprando BOUQUET das más

RACIONES DE VIDA PARA EL CAMPO

Y más valor a lo nuestro. A lo tuyo.



PRODUCCIÓN
100%
NACIONAL

Afianzas
la POBLACIÓN
al MEDIO RURAL

Limitas
el ABANDONO
de CAMPOS

Facilitas
el RELEVO
GENERACIONAL



5 al día aconseja
el consumo diario
de 5 raciones entre
frutas y verduras

la producción de gajos en conserva se exporta, pues en España el consumo es muy minoritario.

También una pequeña parte de la producción de naranjas se destina, junto con los destríos, a elaborar mermeladas, jaleas, confituras y cortezas para la pastelería.

Finalmente, una de las producciones más singulares derivadas de los cítricos es la mermelada de naranja amarga, que se obtiene a partir de cortezas de esta fruta y que tiene mucho más éxito en Reino Unido que en el mercado español.

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 por el impulso de los consumidores. En conjunto, estas producciones superan los 5 millones de toneladas y Estados Unidos es el mayor productor, con aproximadamente el 40% del total mundial.

Otros países con grandes producciones son Turquía, China e Irán. España ocupa el noveno lugar en la producción mundial de este tipo de frutos.

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.

Los frutos secos son uno de los cultivos que mejor se adapta a los métodos de producción ecológica.

ALMENDRAS Y AVELLANAS

El almendro, el avellano, el castaño y el nogal son las cuatro variedades de frutales de frutos secos que más superficie ocupan en España. Mientras el cultivo de los dos primeros se ha ido reduciendo progresivamente en las últimas décadas, más en el caso del avellano que en el del almendro, el cultivo del nogal está en auge.

En 2022 había cerca de 761.662 hectáreas dedicadas al cultivo del almendro, de las cuales 634.008 hectáreas eran de almendros para uso comercial y el resto tierras abandonadas o no comerciales, según datos del Ministerio de Agricultura.

Las variedades más cultivadas en España son las de cáscara dura (planeta, largueta, marcona, comuna,

PRINCIPALES PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE FRUTOS SECOS (Miles de toneladas)			
PRODUCTO	2020	2021	2022
ALMENDRAS (CÁSCARA)	421,61	371,5	199,5
CASTAÑAS	188,7	187,7	113,5
AVELLANAS (CÁSCARA)	5,6	7,9	8,9
NUEZ (CÁSCARA)	17,1	18,9	17,2

FUENTE: MAPA

etc.), aunque hay también producción de almendras mollares.

La producción de almendra resultó muy inferior a la de campaña anterior, pues sólo se recogieron 199.500 toneladas en cáscara (un 46% menos). La cosecha nacional representó el 50% de la comunitaria, que en 2022 también fue inferior a la del año precedente.

A nivel mundial, el principal productor de almendras es Estados Unidos (especialmente en California y Florida), que se ha especializado en las variedades mollaras. El desarrollo del almendro en Estados Unidos ha sido espectacular y se ha basado en la mecanización y en la utilización de variedades de elevados rendimientos en plantaciones regulares.

Además, Estados Unidos ha conseguido importantes reducciones arancelarias de la Unión Europea, que es uno de los principales consumidores mundiales de almendra. Incluso España, donde las importaciones de almendras no eran muy frecuentes, utiliza cada vez más almendra californiana para la elaboración de turrones, mazapanes y bollería.

En los últimos años, el sector de la almendra ha vivido una auténtica revolución gracias al incremento del consumo mundial y a la llegada de nuevas variedades de almendros más productivos.

No obstante, la evolución del cultivo depende mucho de las condiciones climáticas de los primeros meses del año.

Respecto a la avellana, había en 2022 unas 12.663 hectáreas de avellanos en España, de las que 11.300 hectáreas estaban en producción, casi toda ella concentrada en Cataluña, y más concretamente en Tarragona. La cosecha de ese año fue mejor que la del anterior (13% más), pues se produjeron 8.900 toneladas en cáscara. De todas formas, el cultivo del avellano ha ido desapareciendo de muchas tierras debido a que es poco rentable para los agricultores.

Las avellanas son un fruto característico de los países de la cuenca del Mediterráneo. Desde Grecia pasaron a Turquía por el este y a Italia y España por el oeste. Turquía es actualmente el principal productor mundial (67%) e Italia es el principal productor comunitario y segundo a nivel mundial. Las avellanas proporcionan mayores rendimientos en grano (45%) que las almendras.

Almendras, avellanas y los demás frutos secos se suelen recolectar en el hemisferio norte desde finales de verano hasta mediados de otoño. El momento de la cosecha viene determinado en las almendras y otros frutos secos cuando el fruto se abre y deja ver la almendra existente en su interior, que es la capa más interna del fruto.

Dentro de esa cáscara dura está la almendra grano que es la verdadera semilla. Las almendras y avellanas pueden comercializarse en cáscara o en grano, pero cada vez va siendo más infrecuente su venta al público en cáscara, puesto que casi toda la cosecha se descascara para reducir peso inútil. Tan sólo las nueces, cuyo “descascamiento” suele implicar la rotura de la semilla, se siguen vendiendo tal cual en algunos casos.

NUECES Y CASTAÑAS

En los últimos años se ha registrado en España un significativo aumento del cultivo del nogal. Así, en 2022 había de 12.708 hectáreas dedicadas al nogal de fruto, según datos del Ministerio de Agricultura. El cultivo del nogal está extendido por toda la geografía española, pero destacan por encima del resto Andalucía y Castilla-La Mancha.

Por su lado, al contrario de lo que sucedió en 2021, la producción de nueces fue mala, pues se recogieron 17.200 toneladas en cáscara, un 9% menos.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE NUEZ (CÁSCARA) (Miles de toneladas)

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	3,3	4	3,4
CASTILLA-LA MANCHA	1,67	1,98	1,85
CATALUÑA	2	2,4	2,6
EXTREMADURA	1,85	1,8	1,75
GALICIA	2,7	2,7	1,8
OTRAS CCAA	5,6	6	5,8
TOTAL ESPAÑA	17,1	18,9	17,2

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE NUEZ EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas en cáscara)

	2020	2021	2022
MUNDO	3.445	3.500	3.490
UE	207	210	205
ESPAÑA	17,1	18,9	17,2

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

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

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	161,5	125,6	54,6
ARAGÓN	74,7	67,7	40,8
BALEARES	3,9	2,6	2,7
CASTILLA-LA MANCHA	74,5	44,8	25
CATALUÑA	25,8	26,5	8
COMUNIDAD VALENCIANA	29,6	37,9	15,8
LA RIOJA	4,9	5,5	3,7
MURCIA	29,2	36,6	27,2
NAVARRA	3,7	2	2,7
OTRAS CCAA	13,8	22,3	19
TOTAL ESPAÑA	421,61	371,5	199,5

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE ALMENDRA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas en cáscara)

	2020	2021	2022
MUNDO	4.967	4.655	4.600
UE	560,0	450	400
ESPAÑA	421,61	371,5	199,5

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

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 de fruto en 2022 se elevó a 38.472 hectáreas, aunque las que realmente están en producción son algo menos.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CASTAÑAS (CÁSCARA) POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	4,1	4,6	4,1
CASTILLA Y LEÓN	8,4	6,7	4,6
EXTREMADURA	6,3	6,4	4
GALICIA	169	169,2	100
OTRAS CCAA	0,9	0,8	0,8
TOTAL ESPAÑA	188,7	187,7	113,5

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE CASTAÑA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas en cáscara)			
	2020	2021	2022
MUNDO	2.322	2.100	2.000
UE	324,2	200	150
ESPAÑA	188,7	187,7	113,5

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

La producción de castaña, por su parte, fue en 2022 de 113.500 toneladas cáscara, un 40% menos que el año anterior. 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.

PISTACHOS Y PIÑONES

Por su lado, los pistachos son frutos secos que se abren fácilmente, contienen unas semillas de sabor

PRODUCCIONES DE PISTACHO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas en cáscara)			
	2020	2021	2022
MUNDO	984,7	830,7	791
UE	474	523,9	401
ESPAÑA	20,7	24,8	24

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

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, pero desde hace varios años el cultivo está creciendo considerablemente en España.

En 2022 la superficie cultivada en España ascendía a 70.235 hectáreas, de las que casi 24.000 están en plena producción. Castilla-La Mancha cuenta con la mayor superficie destinada al pistacho y también es la que más produce. En 2022, la cosecha nacional de pistacho se acercó a las 20.000 toneladas, de las que 14.161 se recogieron en los campos castellano-manchegos.

Finalmente, los piñones son frutos secos de consumo frecuente en España desde tiempos inmemoriales. Los piñones se recolectan en los pinos piñoneros, pero los altos costes de dicha recolección sitúan al fruto tostado y pelado a precios muy altos, que compiten difícilmente con la producción que vienen de otros países.

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, pues España importa mucho más de lo que exporta. Además de avellanas y almendras, que son los frutos que más se comercializan, también se importan del exterior pistachos, anacardos, nueces de Brasil, macadamias y, en general, otras especies que contribuyen a diversificar la oferta de frutos secos en el mercado interior y satisfacer las exigencias de la demanda.

Los frutos secos se suelen consumir directamente, una vez extraída la cáscara. Una buena parte de la producción de frutos secos se destina a la fabricación de “snacks” y diversos aperitivos, pero también hay un pequeño consumo, cada vez menor, de almendras y otros frutos recubiertos de azúcar (peladillas, garrapiñadas, etc.).

Sin embargo, el principal destino de los frutos secos es el industrial. Las industrias turroneas, las de mazapanes, la 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.

En 2022, entre almendra grano y cáscara se exportaron unas 114.300 toneladas (un 6% menos que un año antes), por un valor de 600 millones de euros (también por debajo un 7%). Al mismo tiempo, se importaron 125.800 toneladas (ligeramente por debajo del año anterior), por un valor de 535,4 millones de euros.

El país de procedencia de la mayor parte de la almendra que llega a España es Estados Unidos, que es quien domina el mercado mundial desde sus producciones de California.

Para las avellanas las cifras fueron significativamente inferiores. Así, se exportaron en 2022 un total de 2.342 toneladas con cáscara y 1.005 toneladas sin cáscara y se importaron 7.300 toneladas, un volumen superior al del año precedente.

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 y avellanas, España exportó también unas 2.370 toneladas de nueces, 6.900 toneladas de castaña (con y sin cáscara), 2.700 toneladas

de pistachos y 1.400 toneladas de piñones, además de pequeñas cantidades de otros frutos secos.

Igualmente, se compraron en el exterior cantidades importantes de nueces (aproximadamente 30.700 toneladas en 2022, un volumen inferior en un año al del año precedente), así como también 6.140 toneladas de castañas, 15.000 toneladas de pistachos (con y sin cáscara) y 5.300 toneladas de piñones.

Estados Unidos está entre los países a los que más nueces le compra España y otro país netamente importador es Chile.

DÁTILES E HIGOS CHUMBOS

El dátil es el fruto obtenido de las especies de palmeras Phoenix, principalmente de la especie Phoenix dactylifera, llamada popularmente palmera datilera. Existen muchas variedades de dátiles, pero las apreciadas son la sukkari y la zahid.

En muchos países del mundo se considera un alimento básico y se puede comer como fruto fresco, disecado o preparado en mermeladas, púdines, tortas, jugos, helados, etc.

A nivel mundial, la producción de dátiles supera los 20 millones de toneladas. Los países con mayor producción son Egipto, Arabia Saudita, Irán, Argelia e Irak. En Estados Unidos existe también una buena representación de palmeras datileras en California.

En España, la superficie de palmeras datileras en producción rondaba en 2022 las 450 hectáreas, la mayor parte de ellas en la Comunidad Valenciana. También había unas cuantas palmeras que se cultivan de forma diseminada en Canarias y Andalucía. La producción de dátiles ese año alcanzó las 1.743 toneladas, según las estimaciones del Ministerio de Agricultura.

Los dátiles contienen una amplia gama de nutrientes esenciales y son ricos en potasio. El azúcar contenido en dátiles maduros es alrededor del 80%; el resto se compone de proteínas, fibra y oligoelementos incluyendo el boro, cobalto, cobre, flúor, magnesio, manganeso, selenio y zinc.

Por lo que respecta a los higos chumbos, que en algunas regiones como Canarias se denominan higos pico o tunos, la producción estimada por el Ministerio de Agricultura para el año 2022 fue de 1.582 toneladas, de las cuales 578 se recogieron en Canarias; 611 en Andalucía; 345 en Murcia y 48 en la Comunidad Valenciana.

El higo chumbo es el fruto de la chumbera (opuntia ficus-indica), también conocida como higuera de pala, higuera de indias o tuna. El higo chumbo es una fruta muy rica en agua, fibra y vitaminas, con bajo contenido calórico, (aporta entre 40 y 50 kilocalorías

por cada 100 g de porción comestible). Es un alimento muy adecuado para mantener la hidratación del organismo y regular la temperatura corporal, especialmente en los meses de verano.

HORTALIZAS

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.

Dentro de las producciones agrícolas, el grupo de las hortalizas es sin duda uno de los más variados, pues incluye desde las verduras o plantas de hoja (que se consumen bien crudas o bien cocinadas), a las legumbres verdes (como el guisante, por ejemplo), pasando por los tubérculos (como la patata) y las producciones de fruto y flor (como el pimiento o el calabacín).



Hoy en día se puede encontrar en el mercado una gran variedad de hortalizas de orígenes diversos (local, nacional, importación, etc.) y con distintas presentaciones (frescas, congeladas, deshidratadas, en conserva, etc.). Esta diversificación de la oferta se irá ampliando con toda seguridad en los próximos años.

HORTALIZAS EN ESPAÑA

Si bien la superficie dedicada al cultivo de las hortalizas ha ido perdiendo peso en la agricultura española, nuestro país sigue siendo una potencia mundial en este tipo de producciones. La merma en la superficie cultivada se ha compensado con un aumento de la productividad por hectárea.

Gracias al escalonamiento de cosechas, en España es posible disponer de una variada oferta de hortalizas durante prácticamente todo el año.

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.

En 2022 se cultivaron en España 372.114 hectáreas de hortalizas, según datos del Ministerio de Agricultura El grueso de estas superficies eran tierras de regadío (355.572 hectáreas, de las que 75.544 eran invernaderos). La oferta nacional es rica y variada, con producciones de hoja o tallo (la gran mayoría), de fruto (entre las que sobresale el tomate), de flor (alcañofa, brócoli, etc.), de raíz y bulbo (cebolla, ajo, etc.), leguminosas (judías y guisantes) y hortalizas varias como los champiñones.

A efectos de calcular la renta agraria anual, el sector de las hortalizas experimentó un retroceso en el vo-

lumen producido del 7,5% respecto al año anterior, así como también un incremento medio de los precios del 14%. En estos datos, que publica el Ministerio de Agricultura, están incluidas las aportaciones del sector de las flores y plantas.

El valor generado por todas estas producciones aumentó un 5,4% hasta alcanzar los 11.206 millones de euros.

Con relación a la Producción Vegetal Final de España, las hortalizas (patata no incluida) representaron en 2022 el 30,8% y con respecto a la Producción Agraria total, este subsector representó el 17,7%, también por debajo del año anterior.

TOMATES Y LECHUGAS

Dentro de las hortalizas, el tomate en sus diferentes versiones (para consumo en fresco, industria, etc.), es el cultivo que más terreno ocupa: en 2021 un total de 45.107 hectáreas, de las que la mayor parte eran de tomate para uso industrial.

La lechuga, con 33.411 hectáreas, la cebolla y el ajo (con aproximadamente 23.128 hectáreas y 29.802 res-

pectivamente), también son cultivos muy extendidos. En el caso del ajo, se observa también un fuerte crecimiento de las siembras en los últimos años, en consonancia con un aumento de la demanda.

Según las estimaciones de Agricultura, la producción total de hortalizas en el año 2022 quedó por encima de los 14,2 millones de toneladas, según el Ministerio de Agricultura. En este dato, que supuso un aumento con respecto a la producción de 2021, no está incluida la patata que en algunas estadísticas es considerada como hortaliza, pero sí lo están las producciones de sandía, melón y fresa, que en algunas ocasiones se incluyen junto a las frutas.

Como ya es habitual, la mayor producción hortícola española en 2022 fue la de tomate (con más de 3,7 millones de toneladas, volumen muy inferior al del año anterior), entre producción para el consumo en fresco y en conserva (que supone casi la mitad), seguida del pimiento (1,5 millones de toneladas, algo más que un año antes).

La tercera hortaliza en importancia por su volumen es la cebolla, cuya producción llegó a 1,1 millones de toneladas, frente a los 1,4 millones del año precedente.

Otros cultivos hortícolas emblemáticos de la producción española como el calabacín, la alcachofa o el ajo tuvieron un balance negativo en 2022, al igual que los pepinos, las judías verdes o las zanahorias. Por el contrario, un año más aumentó la producción de berenjena.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE TOMATE POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	1.738,7	1.713	1.361,3
ARAGÓN	31,3	40	39,4
BALEARES	8,2	9,4	9
CANARIAS	65,4	53,7	53,7
CASTILLA-LA MANCHA	70	93,6	94,1
CATALUÑA	42,7	40	34,7
COMUNIDAD VALENCIANA	68,5	69,1	63,2
EXTREMADURA	1.782,6	2.226,6	1.551
GALICIA	84,8	77,9	89,9
LA RIOJA	13	8,6	8
MURCIA	217,2	221,4	218
NAVARRA	171,13	180,2	183
OTRAS CCAA	19	20	21,3
TOTAL ESPAÑA	4.313	4.754,4	3.726,6

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE TOMATE EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	186.822	187.000	
UE	16.542	18.099	17.100
ESPAÑA	4.313,0	4.754,4	3.726,6

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT



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 2022 las exportaciones totales alcanzaron un volumen de 5 millones de toneladas, frente a los 5,4 millones de 2021. A este volumen habría que sumar las aportaciones del melón (337.733 toneladas), la sandía (680.273) y las fresas (278.137 toneladas).

La primera posición en el ranking de la exportaciones de hortalizas fue para el pimiento, con 795.669 toneladas (volumen inferior al del año anterior), seguido de la lechuga (714.503 toneladas) y el tomate (629.269 toneladas).

El ranking lo completaron el pepino (694.250 toneladas), las coles y el brócoli (500.520 toneladas), el calabacín (352.975 toneladas) y la cebolla (316.843 toneladas).

Por su lado, la importación de hortalizas (sin incluir la patata) ascendió en 2022 a cerca de 749.179 toneladas, frente a las 702.000 toneladas de 2021. El tomate y la judía verde fueron los dos productos más importados en volumen, según los datos de Aduanas. 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 valor alcanzado por las hortalizas comunitarias (sin incluir a la patata) a efectos de calcular la renta agraria se estimó en 2022 en cerca de 65.480 millones de euros. Con respecto a la Producción Agraria final, el sector de las hortalizas de la UE representa el 12,2%, aproximadamente.

En la Unión Europea, la producción 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.

El principal cultivo hortícola de la UE es el tomate. En 2022 la producción comunitaria de tomate alcanzó los 17,1 millones de toneladas, muy por debajo del año anterior. De la producción total, algo menos de 6 millones fueron tomates para su consumo en fresco y el resto, tomate para uso industrial.

Por países, la producción de tomate fresco está liderada por España, seguida de Holanda. En tomate industrial

destaca Italia, seguida de España. Y en conjunto, otros países con producción de tomate son también Francia, Grecia, Rumanía y Portugal.

Asimismo, en pepino destacan por su producción España, Polonia y Holanda; en zanahoria Polonia y Holanda; y en calabacín, España, Italia y Francia. La producción anual en 2022 disminuyó por la bajada de la cosecha española y quedó en 2,6 millones de toneladas.

La UE importa cerca de 1,5 millones de toneladas de hortalizas al año, que proceden principalmente de países africanos, con Marruecos a la cabeza, y del Próximo Oriente. Igualmente desde la UE se exporta a terceros países unos 3 millones de toneladas al año.

Las hortalizas más exportadas a países no comunitarios en 2022 fueron las cebollas y los ajos. También fueron importantes las ventas al exterior de tomates. Los países de destino del tomate comunitario son Suiza, Rusia y Arabia Saudí.

CHAMPIÑONES Y OTRAS SETAS

El champiñón es un hongo comestible de sombrero globoso o acampanado y pie cilíndrico de color claro, con un anillo en la parte superior. En algunas clasificaciones se incluye esta producción dentro del grupo de las hortalizas.

El cultivo del champiñón nació en Francia aproximadamente a principios del siglo XX (de ahí que se conozca también con el nombre de Seta de París).

Los campesinos franceses fueron los primeros en cultivar —con espectacular éxito— los micelios de este hongo, sembrándolos encima de estiércol de caballo, en cavas, sótanos, bodegas, etc. De Francia pasó a los países vecinos, entre ellos a España.

Actualmente, los sustratos para cultivar los champiñones se preparan de otra forma. Ahora se hacen mezclas higienizadas procedentes de residuos de la agricultura.

Los champiñones son muy productivos y transforman rápidamente la materia orgánica, produciendo en tres o cuatro semanas unos 3 kg de setas por metro cuadrado de lecho. Aunque están disponibles durante todo el año, son los meses de primavera los que corresponden a los champiñones de temporada.

El champiñón aporta poca energía. Después del agua, su principal componente son los hidratos de carbono. También constituyen una buena fuente de fibra, que proporciona sensación de saciedad, aumenta el volumen fecal, mejora el tránsito intestinal y protege frente al cáncer de colon

y la enfermedad cardiovascular. Además, su alto efecto saciante y su bajo contenido calórico convierte al champiñón en un alimento muy útil en dietas hipocalóricas.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, en 2022 se dedicaron al cultivo de champiñones 44.574 hectáreas, mientras que a las setas se dedicaron hasta 12.502 hectáreas. La producción total de champiñones, tanto para su consumo en fresco como en conserva, se elevó a 144.108 toneladas, mientras que la de setas quedó en 22.928 toneladas, según las mismas fuentes.

La producción de champiñones se concentra en dos regiones: Castilla-La Mancha y La Rioja. No obstante, también hay pequeñas producciones en Navarra, Comunidad Valenciana, Andalucía, Canarias y Baleares.

En la UE, la producción de champiñones y otros hongos comestibles se concentra principalmente en Francia, Italia, Bélgica, Dinamarca, Alemania, Irlanda, Países Bajos, Polonia y Hungría, además de España. En 2022, la producción de hongos comestibles de estos diez países superó los 1,07 millones de toneladas, de los que 700.000 toneladas se comercializaron en fresco. Polonia es el primer país productor de setas de la UE, que destina en su mayor parte a la exportación. Las ventas exteriores de la UE se han desarrollado mucho en los últimos años gracias a los envíos a Estados Unidos.

PATATA Y OTROS TUBÉRCULOS

La patata o papa es el tubérculo de una especie herbácea, que pertenece a la familia de las solanáceas, que son originarias del altiplano andino donde fueron domesticadas para su cultivo.

A Europa llegaron en el siglo XVI y al principio se consideraban una curiosidad botánica, no una planta alimenticia. Hasta el siglo XVIII no se extendió a todo el mundo para usos gastronómicos.

El principal criterio de clasificación que se utiliza para diferenciar las patatas es su color de piel (rojo, amarillo, blanco) y 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.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS PATATA FRESCA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Patatas Meléndez S.L	110
Patatas Hijolusa	90,77
Grupo G.V El Zamorano, S.A	63
IBÉRICA de Patatas Selectas, S.L	58,8
UDAPA S.C	53,4
Patatas Gómez	44
Comercial Agrícola Riojana S.A (CARSA)	38,52
Patatas Aguilar	28,63
Almacenes Rubio SA	25
Almacenes Amutio S.L	16

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022.

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

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	307,8	317,5	301,2
ARAGÓN	14,5	11	12,5
ASTURIAS	9,8	9	8,0
BALEARES	50,5	49,2	45,1
CANARIAS	78,1	91,3	91,3
CANTABRIA	4,8	3,5	4,4
CASTILLA Y LEÓN	830,1	810	710,9
CASTILLA-LA MANCHA	60,7	53,2	43,2
CATALUÑA	22,3	23,6	20,4
COMUNIDAD VALENCIANA	61,3	77,5	46,0
EXTREMADURA	32,9	30,4	20,5
GALICIA	283,7	291,9	381,7
LA RIOJA	40	37	26,5
MADRID	38,2	27,9	6,5
MURCIA	152,6	176,9	158,4
NAVARRA	10,7	12,9	9,5
PAÍS VASCO	53,6	58,3	48,1
TOTAL ESPAÑA	2.051,8	2.081,1	1.934,6

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	371.143	376.120	375.000
UE	53.959	54.000	53.600
ESPAÑA	2.051,8	2.081,1	1.934,6

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE TUBÉRCULOS (Miles de toneladas)

	2020	2021	2022
PATATA EXTRATEMPRANA	81,2	80,9	76,1
PATATA TEMPRANA	411,0	440,7	400,7
PATATA DE MEDIA ESTACIÓN	884,7	836,7	814,4
PATATA TARDÍA	675,0	722,7	643,4
PATATA TOTAL	2.051,8	2.081,1	1934,6

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES HORTALIZAS Y TUBÉRCULOS (Miles de toneladas)			
PRODUCTO	2020	2021	2022
AJOS	269,1	315,7	270,6
ALCACHOFAS	205,1	208,8	201,9
BERENJENA	282,2	265,3	281,5
BRÓCOLI	590,9	535,4	486,7
CALABACINES	631,2	638,2	617,2
CEBOLLAS	1.299,7	1.453,4	1.131,6
COLIFLORES	215,8	206,9	190,4
JUDÍAS VERDES	148	147,2	142,7
LECHUGAS	961,9	1.063,8	932,5
PEPINOS	795	745,9	672,4
PIMIENTOS	1.470,0	1.508,20	1.572
TOMATES	4.313,0	4.754,4	3.726,6
ZANAHORIAS	392,8	428,7	382,2

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHUGAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	308,6	391,9	294,9
CANARIAS	32,6	34,9	37,6
CASTILLA-LA MANCHA	66,8	67,7	54,8
CATALUÑA	20,3	19,8	20,3
COMUNIDAD VALENCIANA	68,4	70,7	53,6
MURCIA	404,3	421,2	411,7
OTRAS CCAA	60,9	57,6	59,6
TOTAL ESPAÑA	961,9	1.063,8	932,5

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE LECHUGAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	27.661	27.700	
UE	3.669,7	3.800	
ESPAÑA	961,9	1.063,8	932,5

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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.

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.

PATATA EN ESPAÑA

En España, la producción de patata en 2022 aportó cerca del 1,2% de la Producción Final Agraria y el 2,1% de la Producción Vegetal. Al contrario que en el año anterior, este cultivo registró en 2022 un retroceso importante en el volumen de producción. Según los datos del Ministerio de Agricultura a efectos de calcular la renta agraria, la producción de patata decreció en volumen un 20,7%, al tiempo que los precios subieron de media un 11%. Con estos datos, el valor generado por este sector a efectos de calcular la Producción Final Agraria (PFA) se redujo un 12% y se situó en 771 millones de euros a precios corrientes.

En 2022 se sembraron 63.500 hectáreas y la producción se situó en 1,93 millones de toneladas, un 7% menos que en 2021 - al del año precedente, según estimaciones del Ministerio de Agricultura.

Aunque la producción está extendida por todo el territorio nacional, destacan con una mayor producción de patata Castilla y León (36,7% del total en 2022), Galicia (19,7%), Andalucía (15,6%) y la Región de Murcia (8,2%).

Por variedades, en 2022 se registraron descensos en todas las campañas (extratemprana, temprana, media estación y tardía). La producción de media estación fue la mayor de todas las cosechas, pero no llegó a 815.000 toneladas, muy por debajo del millón de toneladas de campañas anteriores.

Parte de la superficie destinada en España al cultivo de patata es ecológica. De acuerdo con los datos del Ministerio de Agricultura, al comenzar el año había registradas 1.481 hectáreas de tubérculos y otras raíces.

La producción de patata ecológica está distribuida por toda la geografía nacional, en mayor o menor medida. Andalucía es la región con mayor superficie (718 hectáreas), seguida de Castilla y León.

COMERCIO EXTERIOR DE PATATA

Respecto al comercio exterior, como es habitual, en 2022 España volvió a ser un país netamente importador de patata, porque además las compras exteriores se incrementaron notablemente.

Así, se importaron 1,05 millones de toneladas de patata, un 19% más que un año antes, por valor de 364 millones de euros.

En cuanto a las exportaciones españolas de patata, ese año aumentaron un 9% las salidas en volumen,



 **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.



Hortalizas

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

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	24,6	22,4	20,1
CATALUÑA	11,4	7,7	9,5
COMUNIDAD VALENCIANA	60,8	66,8	68,5
LA RIOJA	1,8	2	2,1
MURCIA	89,8	94,8	78
NAVARRA	12,6	11,7	9,5
OTRAS CCAA	4,1	3,4	14,2
TOTAL ESPAÑA	205,1	208,8	201,9

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	1.517	1.537	1.525
UE	609	620	610
ESPAÑA	205,1	208,8	201,9

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	1.047,9	1.068,3	1.123,7
ARAGÓN	1,6	2,8	2,4
BALEARES	1,6	1,3	1,3
CASTILLA-LA MANCHA	40,9	41,7	43,2
CATALUÑA	4,5	5	3,8
COMUNIDAD VALENCIANA	69,8	71,2	60,7
EXTREMADURA	29,9	27,6	23
GALICIA	56	48,1	71
LA RIOJA	6,2	6,5	6,3
MURCIA	165,0	181,7	185,6
NAVARRA	21,1	31,3	33,5
OTRAS CCAA	25,5	22,7	17,5
TOTAL ESPAÑA	1.470	1.508,2	1.572

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	38.100	38.200	38.300
UE	2.908,1	3.000	3.100
ESPAÑA	1.470	1.508,2	1.572

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	31,7	31,6	31,7
CATALUÑA	6,3	5,9	5,7
COMUNIDAD VALENCIANA	6,7	5,5	3,6
GALICIA	50,7	52,2	48,2
LA RIOJA	21,2	18,2	17,5
OTRAS CCAA	31,4	33,8	36
TOTAL ESPAÑA	148	147,2	142,7

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	23.277	23.280	23.260
UE	1.026	1.030	1.025
ESPAÑA	148	147,2	142,7

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	183,4	218,4	123,5
ARAGÓN	75,3	72,4	80,7
BALEARES	3,6	3,8	3,8
CANARIAS	8,0	6,6	6,5
CASTILLA Y LEÓN	75,3	84,4	83,3
CASTILLA-LA MANCHA	702,3	752,8	608,1
CATALUÑA	36,1	45,1	39,4
COMUNIDAD VALENCIANA	66,7	104,8	65,5
EXTREMADURA	3,1	2	1,7
GALICIA	31,0	31,2	31,8
LA RIOJA	2,4	2	1,8
MADRID	49,5	44,4	19,6
MURCIA	34,2	50,6	39
NAVARRA	25	31	23,4
OTRAS CCAA	3,8	3,9	3,5
TOTAL ESPAÑA	1.299,7	1.453,4	1.131,6

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	104.555	104.650	104.300
UE	6.648	6.750	6.400
ESPAÑA	1.299,7	1.453,4	1.131,6

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

hasta 366.300 toneladas, por un valor de 137 millones de euros, según los datos de Comercio.

PATATAS EN LA UE Y EN EL MUNDO

En la Unión Europea, la importancia económica del sector de la patata dentro de la agricultura es mucho mayor que en España. A efectos de calcular la renta agraria anual, la patata representó en 2022 casi el 3% del valor de la Producción Agraria final. El valor aportado por este subsector a la renta agraria comunitaria alcanzó los 15.709 millones de euros anuales. La producción total de la UE ascendió a 53,6 millones de toneladas, un volumen ligeramente inferior al de 2021. Junto con España, los países con mayor producción de patata fueron Francia (16% del total), Holanda (13%) y Alemania (12%). Otros países con producción importante de patata en la UE son 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 2022 superó los 375 millones de toneladas, según estimaciones. Además de la Unión Europea, otros grandes países productores de patata son China (20% del total), India y Estados Unidos.

BONIATO, BATATA Y CHUFA

Al margen de la patata, que es el tubérculo por excelencia más cultivado en España, también hay pequeñas producciones dentro de la misma familia, que no están muy extendidas por el territorio nacional pero que en algunas zonas son importantes, como es el caso de la chufa en la Comunidad Valenciana.

En 2022 se sembraron 1.683 hectáreas de batata y unas 318 hectáreas de chufa, además de 52 hectáreas de otros tubérculos, según los datos del Ministerio de Agricultura.

La producción de batata anual ronda las 6.000 toneladas, que se producen en Canarias y en Andalucía (en Málaga fundamentalmente). Por su lado, anualmente también se recogen en España cerca de 90.000 toneladas de boniatos y 11.500 toneladas de chufa, un pequeño tubérculo con forma de nudos que procede de las raíces de la "juncia avellanada" (*Cyperus esculentus*). La chufa es la base para elaborar la afamada horchata valenciana, una bebida refrescante que también se consume como postre. ■

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

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	245,8	230,8	249,6
CATALUÑA	3,3	3,8	2,8
COMUNIDAD VALENCIANA	12,7	12,6	11,8
EXTREMADURA	4,8	4,4	5
OTRAS CCAA	15,6	13,7	12,3
TOTAL ESPAÑA	282,2	265,3	281,5

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	56.619	56.600	56.650
UE	852	830	850
ESPAÑA	282,2	265,3	281,5

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	522,9	530,4	518,8
BALEARES	4,1	3,9	4
CANARIAS	23	23,2	23,2
CATALUÑA	8,2	7,9	6,2
COMUNIDAD VALENCIANA	21,2	18,8	20,7
NAVARRA	10,2	7,2	7,1
GALICIA	6,8	6,9	5,9
MURCIA	17,6	18,8	20,7
OTRAS CCAA	17,2	21,1	10,6
TOTAL ESPAÑA	631,2	638,2	617,2

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	40.951	40.980	40.900
UE	4.693	4.720	4.700
ESPAÑA	392,8	428,7	382,2

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

	2019	2020	2021
MUNDO	41.249	40.951	40.980
UE	4.736	4.693	4.720
ESPAÑA	386,2	392,8	417

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	150,2	163	157,7
CASTILLA Y LEÓN	189,0	207,5	168,9
CASTILLA-LA MANCHA	16,4	20,1	17,8
COMUNIDAD VALENCIANA	9,4	8,9	8,7
GALICIA	2,7	2,5	2,8
LA RIOJA	9,1	11,1	11
OTRAS CCAA	16	15,6	15,3
TOTAL ESPAÑA	392,8	428,7	382,2

FUENTE: MAPA

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

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	704,3	671,6	628,2
CANARIAS	35,2	17,6	17,7
CATALUÑA	9,5	6,5	5,7
COMUNIDAD VALENCIANA	6,7	6,3	6,5
EXTREMADURA	3,3	3,3	3,3
MADRID	13,8	13,5	6,5
MURCIA	18,9	19,6	0
NAVARRA	0,1	0,2	0,2
OTRAS CCAA	3,2	7,3	4,3
TOTAL ESPAÑA	795	745,9	672,4

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	9.259	9.250	9.200
UE	2.712	2.670	2.600
ESPAÑA	795	745,9	672,4

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	68,3	71,4	49
CASTILLA-LA MANCHA	161,7	201,8	177,7
CASTILLA Y LEÓN	18,5	19,2	18,7
OTRAS CCAA	20,6	23,3	25,2
TOTAL ESPAÑA	269,1	315,7	270,6

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	28.054	28.100	27.950
UE	400,8	440	380
ESPAÑA	269,1	315,7	270,6

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	61,4	42,2	41,3
CATALUÑA	8,5	8,7	8,8
COMUNIDAD VALENCIANA	29,2	36,3	36
LA RIOJA	9,7	9,5	8
MURCIA	34,1	50,5	39,7
NAVARRA	49,7	35,3	24,8
OTRAS CCAA	23,1	24,4	31,8
TOTAL ESPAÑA	215,8	206,9	190,4

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	25.532	25.500	25.450
UE	2.175,2	2.150	2.100
ESPAÑA	215,8	206,9	190,4

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	72	57,1	49
CASTILLA-LA MANCHA	23,7	26,2	27,5
ARAGÓN	66,7	64,1	64,3
COMUNIDAD VALENCIANA	68,2	54,4	42,2
EXTREMADURA	250,4	238	201
MURCIA	71,8	59,6	70,2
NAVARRA	38,1	36	32,5
OTRAS CCAA	590,9	535,4	486,7
TOTAL ESPAÑA	531,9	590,9	537,3

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
*MUNDO	25.732	25.700	25.630
*UE	2.175,2	2.125	2.080
ESPAÑA	590,9	535,4	486,7

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT. * Incluye coliflor

FRUTAS Y HORTALIZAS

El sector de las frutas y hortalizas salió fortalecido de la pandemia y empleó 2022 para fomentar las fusiones, la concentración de la oferta y para ser más eficiente y sostenible.

El peso del sector hortofrutícola en la producción agrícola española es muy grande, así como también en la exportación y el empleo agrario. España es la primera potencia productora dentro la Unión Europea (UE) y la octava del mundo, mientras que también es uno de los países que más exporta. La producción de frutas y hortalizas está presente en todas las comunidades autónomas. En 2022, Andalucía produjo el 34% del total nacional; la Comunidad Valenciana el 16%, la Región de Murcia el 13% y Extremadura el 9%.

Tradicionalmente, el sector hortofrutícola se ha caracterizado por su elevado grado de atomización, pues está compuesto por un gran número de pequeños y medianos productores, muchos de ellos integrados en cooperativas.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En España había en 2022 cerca 500 organizaciones de productores de frutas y hortalizas, así como también 11 asociaciones que integran a organizaciones de productores. Asimismo, trabajaban en el sector unos

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
AMC Group Fresh and Juice, S.A (*)	1375
Coop. ANECOOP	798,4
Sanlúcar Fruit, S.L. Grupo	700
Grupo Eurobanan	577
Única Fresh, S.L.	500 (1)
Grupo Nufri	450
Grupo MartiNavarro (Citri&Co)	380
Agroponente, S.A-Grupo	340
García Aranda, S.L	320
Alhóndiga La Unión, S.A.	318,31

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. *Incluye la facturación de otras producciones.(1) Estimación

10.000 operadores, entre centrales de manipulado, comercializadoras, etc.

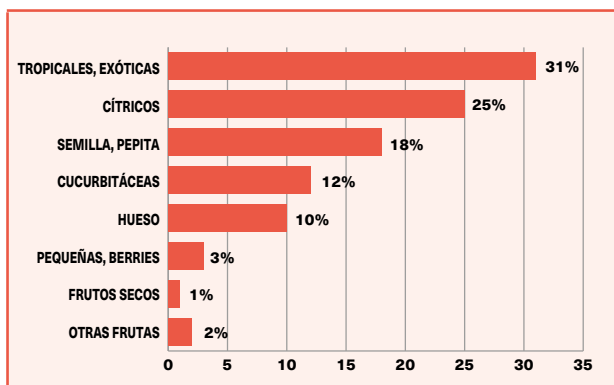
Por su lado, el INE en su directorio de empresas cifraba en 1.456 las dedicadas al procesado y conservación de frutas y hortalizas, De éstas, sólo 2 tenían más de 1.000 trabajadores y 12, entre 500 y 900.

El sector hortofrutícola genera alrededor de 400.000 puestos de trabajo directos y 80.000 indirectos en labo-



COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS EN LA RED DE MERCAS 2022 (PORCENTAJES)

FRUTAS	
Tropicales, exóticas	31%
Plátano	19%
Kiwi	3%
Piña	3%
Aguacate	2%
Caqui	1%
Otros	3%
Cítricos	25%
Naranja	17%
Mandarina	4%
Limón	3%
Otros	1%
Semilla, pepita	18%
Manzana	10%
Pera	5%
Uva	3%
Otros	-
Cucurbitáceas	12%
Sandía	6%
Melón	6%
Hueso	10%
Melocotón	4%
Nectarina	2%
Ciruela	1%
Cereza y picota	1%
Albaricoque	1%
Paraguay	1%
Pequeñas, berries	3%
Fresón-Fresa	3%
*Aparte algunas cantidades de Frambuesa, Mora, Grosella ...	
Frutos secos	1%
Castaña, Nuez, Dátil, Cacahuete, Almendra, Pistacho, Avellana ...	
Otras Frutas	2%



COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS / 2022

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
MERCALICANTE	272.914	4,0
MERCASTURIAS	63.012	0,9
MERCABADAJEZ	2.899	0,0
MERCABARNA	2.244.296	33,1
MERCABILBAO	229.409	3,4
MERCACORDOBA	47.048	0,7
MERCAGALICIA	6.824	0,1
MERCAGRANADA	142.655	2,1
MERCAIRUÑA	24.281	0,4
MERCAJEREZ	31.254	0,5
MERCALASPALMAS	154.420	2,3
MERCALEON	15.855	0,2
MERCAMADRID	2.054.819	30,3
MERCAMALAGA	252.925	3,7
MERCAMURCIA	103.444	1,5
MERCAOLID	136.321	2,0
MERCAPALMA	180.835	2,7
MERCASALAMANCA	35.707	0,5
MERCASANTANDER	25.158	0,4
MERCASEVILLA	315.053	4,6
MERCATENERIFE	85.706	1,3
MERCAVALENCIA	197.515	2,9
MERCAZARAGOZA	166.949	2,5
TOTAL RED	6.789.300	100,0

FUENTE: Mercasa.



res de manipulación y distribución dentro de las zonas productivas, según estimaciones de FEPEX, la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas.

La modernización del sector y la realización de importantes inversiones que pretenden diversificar las ofertas y ganar peso en los mercados internacionales son los principales rasgos que caracterizan en la actualidad a las grandes empresas hortofrutícolas españolas.

El cooperativismo está muy presente en este sector, tanto por el número de cooperativa que operan, como por su volumen de producción y comercialización.

El principal operador del mercado nacional de frutas y hortalizas frescas registró en 2022 una facturación superior a los 1.375 millones de euros, en la que está incluida la aportación de otras líneas de negocio relacionadas con este sector. El segundo grupo en el ranking de las primeras diez empresas se acercó a los 798 millones de euros, mientras que el tercero se acercó a los 700 millones de euros; el cuarto se situó en los 577 millones de euros y el quinto alcanzó los 520 millones de euros.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL MAYORISTA

Respecto a la estructura empresarial que forma el eslabón mayorista, la Red de Mercas cuenta con 1.107 empresas mayoristas hortofrutícolas, que en 2022 comercializaron 6.789.300 toneladas de frutas, hortalizas y patatas. Por subgrupos, de las ventas totales 3.647.391 toneladas fueron frutas; 2.158.209 toneladas fueron hortalizas y 983.700 toneladas fueron patatas.

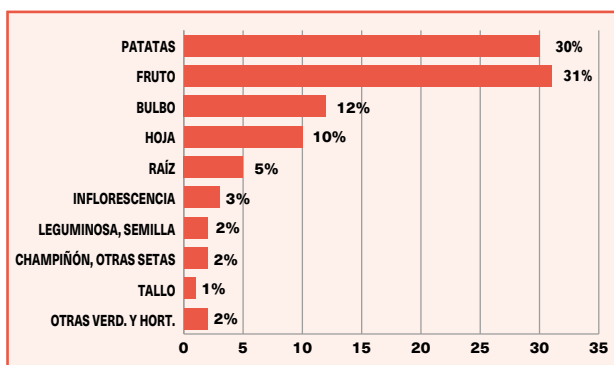
Estas empresas operan en un marco de competencia, transparencia de mercado, seguridad en las relaciones contractuales y formación de precios, para atender a un amplio colectivo de compañías detallistas en todos los formatos: más de 100.000 comercios especializados en toda España (en más de un 70% agrupados en mercados municipales); las cadenas de supermercados regionales y nacionales (que en mayor o menor medida también se abastecen del colectivo de empresas que operan desde la Red de Mercas) y las empresas de hostelería, restauración y consumo institucional.

La mayoría de las empresas están asociadas en distintas organizaciones y asociaciones, cuyo objetivo es la representación y gestión de diferentes servicios necesarios para su actividad. ■



COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS Y PATATAS EN LA RED DE MERCAS 2022 (PORCENTAJES)

HORTALIZAS Y PATATAS	
Patatas	30%
Fruto	31%
Tomate	18%
Pimiento	6%
Calabacín	3%
Pepino	2%
Berenjena	1%
Otros	1%
Bulbo	12%
Cebolla	9%
Puerro	1%
Ajo	1%
Cebolleta	1%
Hoja	10%
Lechuga	6%
Coles	2%
Apio	1%
Otros	1%
Raíz	5%
Zanahoria	5%
Otros	-
Inflorescencia	3%
Coliflor	1%
Alcachofa	1%
Brócoli	1%
Leguminosa, semilla	2%
Judía Verde	2%
Otros	-
Champiñón, otras setas	2%
Tallo	1%
Espárrago	1%
Otras Verduras y Hortalizas (15% IV y V gama)	2%



CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 2.322,7 millones de kilos de hortalizas frescas y gastaron 4.945,7 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 50,2 kilos de consumo y 106,9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los tomates (11,5 kilos por persona y año), lo que representa un 22,9% del consumo total de hortalizas frescas, seguido de las cebollas (6,1 kilos per cápita y 12,2% del consumo total) y de los pimientos (4,2 kilos per cápita y 8,4% de consumo). Por su parte, las lechugas, escarolas y endivias representan consumos menores, alcanzando los 3,6 kilos por persona al año (7,2% del consumo total de hortalizas frescas).

En términos de gasto, los tomates concentran el 22,2%, con un total de 23,8 euros por persona, seguido de las lechugas, escarolas y endivias, con el 9,6% y un total de 10,3 euros por persona. A continuación, se encuentra el pimiento, que alcanza el 8,5% del gasto total en hortalizas frescas (9,1 euros por persona); y las cebollas, con un porcentaje del 8,0% y 8,6 euros por persona.



CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	2.322,7	50,2	4.945,7	106,9
TOMATES	533,9	11,5	1.101,1	23,8
CEBOLLAS	283,4	6,1	397,7	8,6
AJOS	30,1	0,7	140,3	3,0
COLES	56,5	1,2	73,5	1,6
PEPINOS	89,2	1,9	153,6	3,3
JUDIAS VERDES	62,8	1,4	231,0	5,0
PIMIENTOS	193,4	4,2	420,2	9,1
CHAMPIÑONES Y OTRAS SETAS	50,9	1,1	237,0	5,1
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	167,3	3,6	478,3	10,3
ESPARRAGOS	23,4	0,5	75,0	1,6
VERDURAS DE HOJA	55,2	1,2	151,4	3,3
ACELGA	34,3	0,7	72,0	1,6
BERENJENAS	63,2	1,4	114,2	2,5
ZANAHORIAS	141,4	3,1	145,8	3,2
CALABACINES	155,0	3,4	269,3	5,8
OTRAS HORTALIZAS Y VERDURAS	417,0	9,0	957,3	20,7
BROCOLI	47,8	1,0	92,2	2,0
ALCACHOFAS	51,9	1,1	106,9	2,3
APIO	17,5	0,4	28,7	0,6
COLIFLOR	27,1	0,6	46,3	1,0
VERDURAS Y HORTALIZAS IV GAMA	139,5	3,0	533,3	11,5
PUERRO	40,1	0,9	121,6	2,6

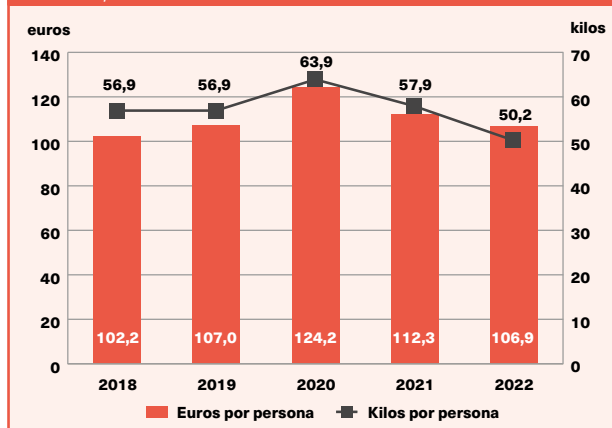
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de hortalizas frescas ha contado con distintas oscilaciones que suponen un descenso final de 6,7 kilos por persona mientras que el gasto ha experimentado un incremento de 4,7 euros per cápita, con una influencia notable del año 2020 motivada por los efectos de la COVID-19. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (63,9 kilos), mientras que el ma-

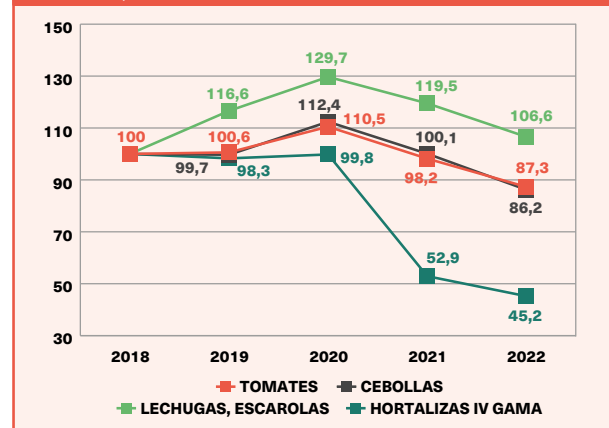
yor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2020 (124,7 euros por consumidor).

En la familia de hortalizas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido desigual para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2018, el consumo de todos los productos analizados ha disminuido, con la única excepción de lechugas, escarolas y endivias que cuentan con un ascenso.

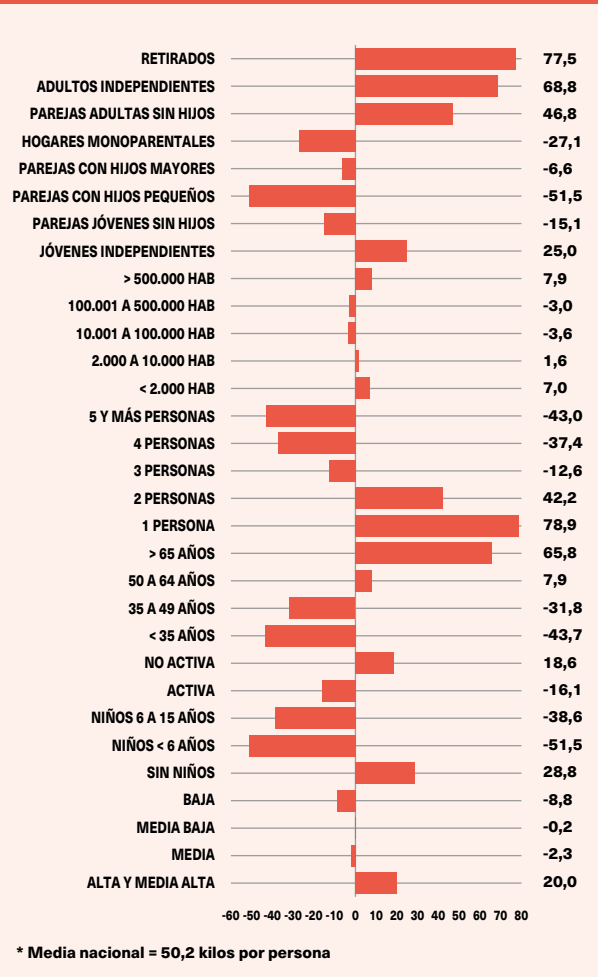
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS, 2018-2022



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE HORTALIZAS FRESCAS (2018=100), 2018-2022



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



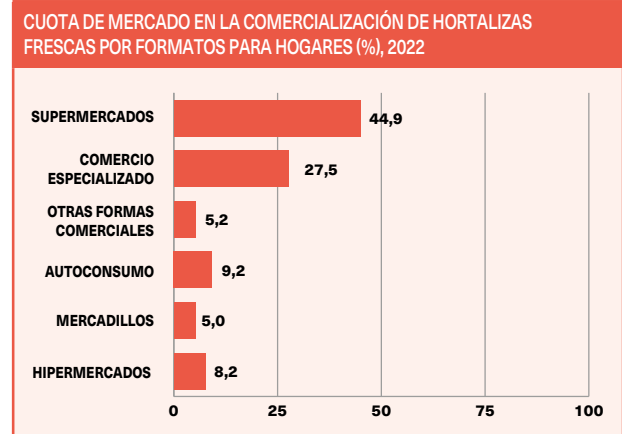
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de hortalizas frescas durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de hortalizas frescas a los supermercados (44,9% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 27,7%, mientras que los hipermercados concentran el 7,6%. El autoconsumo, por su parte, supone el 9,2%, mientras que los mercadillos acaparan el 5,3%. Las otras formas comerciales representan el 5,3% restante.



mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.

- Los consumidores que residen en grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de hortalizas frescas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 10.001 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, y en el caso de las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Aragón, Navarra y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Cantabria, Asturias y La Rioja. ■

CONSUMO Y GASTO EN PATATAS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 1.222,0 millones de kilos de patatas y gastaron 1.333,1 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 26,4 kilos de consumo y 28,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las patatas frescas (18,3 kilos por persona y año), seguido de las pa-

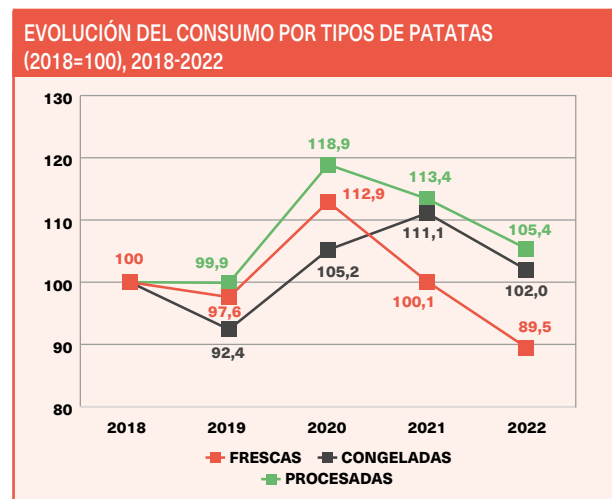
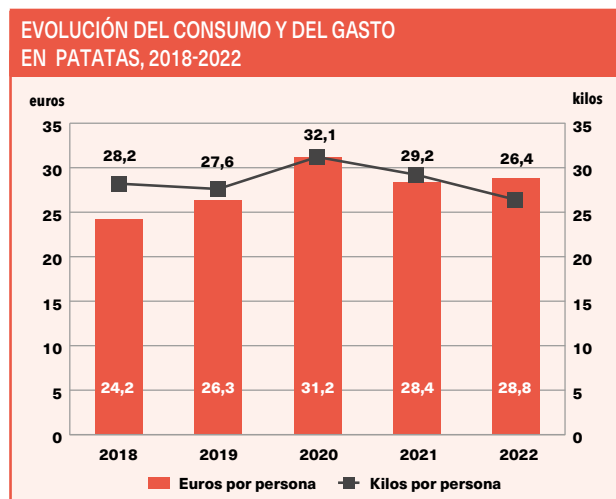
tatas procesadas (1,4 kilos per cápita) y de las patatas congeladas (1,0 kilos per cápita). En términos de gasto, las patatas frescas concentran el 62,5%, con un total de 18,0 euros por persona, las patatas procesadas el 32,6%, con un total de 9,4 euros por persona, y las patatas congeladas, con un porcentaje del 4,9% y 1,4 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN PATATAS DE LOS HOGARES, 2022				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PATATAS	1.222,0	26,4	1.333,1	28,8
PATATAS FRESCAS	847,8	18,3	833,2	18,0
PATATAS CONGELADAS	46,4	1,0	66,1	1,4
PATATAS PROCESADAS	65,6	1,4	433,8	9,4
PATATAS FRITAS	54,9	1,2	415,7	9,0

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos años, el consumo y el gasto de patatas ha contado con distintas oscilaciones tanto al alza como a la baja. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2020 (32,1 kilos) y el gasto más significativo también en el año 2020 (31,2 euros por consumidor).

En la familia de patatas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido bastante parecida en las distintas variedades. Respecto a la demanda de 2018, el consumo de patatas congeladas y patatas procesadas se eleva mientras que, por el contrario, se reduce el consumo de patatas frescas.



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

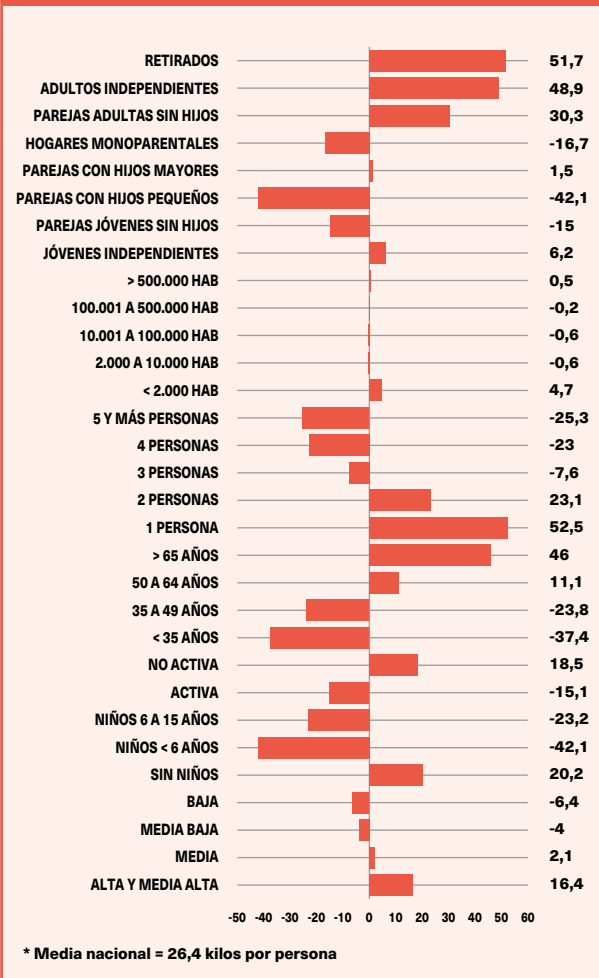
En términos per cápita, el consumo de patatas durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de patatas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de patatas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de patatas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de patatas, mientras que los índices se van reduciendo, alcanzándose los niveles menores en los hogares con cinco o más miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con el mayor consumo per cápita de patatas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los centros urbanos de 2.000 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, las parejas con hijos mayores y los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Baleares y Asturias cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla y León, Extremadura y La Rioja.

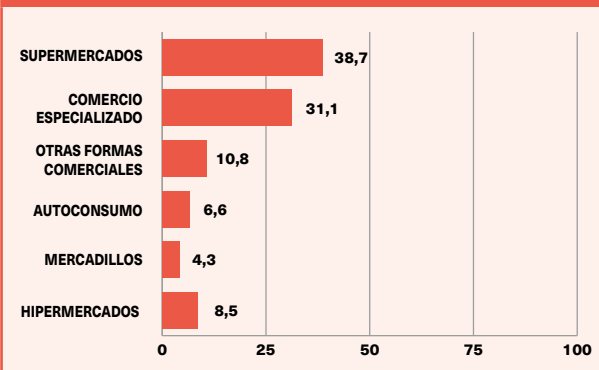
CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de patatas a los supermercados (38,7% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 31,1%, mientras que el hipermercado concentra el 8,5%. El autoconsumo representa un 6,6%, mientras que los mercadillos tienen una cuota de mercado del 4,3%. Las otras formas comerciales acaparan el 10,8% restante. ■

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



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PATATAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS FRESCAS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 3.731,1 millones de kilos de frutas frescas y gastaron 7.242,8 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 80,7 kilos de consumo y 156,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las naranjas y mandarinas (19,5 kilos por persona y año), lo que representa un 24,1% del consumo total de frutas frescas, seguido de los melones y sandías (13,2 kilos per cápita y 16,4% del consumo total), de los plátanos (11,6 kilos per cápita y 14,4% de consumo) y de las manzanas (8,6 kilos per cápita y 10,7% de consumo).

En términos de gasto, las naranjas y mandarinas concentran el 16,3%, con un total de 25,6 euros por persona, seguido de los plátanos, con el 14,0% y un total de 22,0 euros por persona. A continuación, se encuentran las manzanas, con un porcentaje del 8,8% y 13,8 euros por persona al año; y los melones y sandías, que alcanzan el 10,7% del gasto total en frutas frescas (16,7 euros por persona).



CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL FRUTAS FRESCAS	3.731,1	80,7	7.242,8	156,6
NARANJAS	631,6	13,7	706,8	15,3
MANDARINAS	266,7	5,8	476,5	10,3
LIMONES	96,2	2,1	180,4	3,9
PLÁTANOS	535,3	11,6	1.018,6	22,0
MANZANAS	397,4	8,6	638,8	13,8
PERAS	190,0	4,1	347,3	7,5
MELOCOTONES	97,0	2,1	254,1	5,5
NÉCTARINAS	68,4	1,5	158,0	3,4
ALBARICOQUES	25,7	0,6	71,2	1,5
FRESAS Y FRESONES	111,2	2,4	410,8	8,9
MELÓN	309,6	6,7	410,5	8,9
SANDÍA	300,9	6,5	359,0	7,8
CIRUELAS	56,4	1,2	134,6	2,9
CEREZAS	47,5	1,0	209,2	4,5
UVAS	104,7	2,3	331,0	7,2
KIWI	119,7	2,6	430,7	9,3
AGUACATE	82,1	1,8	321,0	6,9
PIÑA	68,3	1,5	134,1	2,9
OTRAS FRUTAS FRESCAS	222,2	4,8	650,1	14,1
FRUTAS IV GAMA	117,4	2,5	270,4	5,8

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

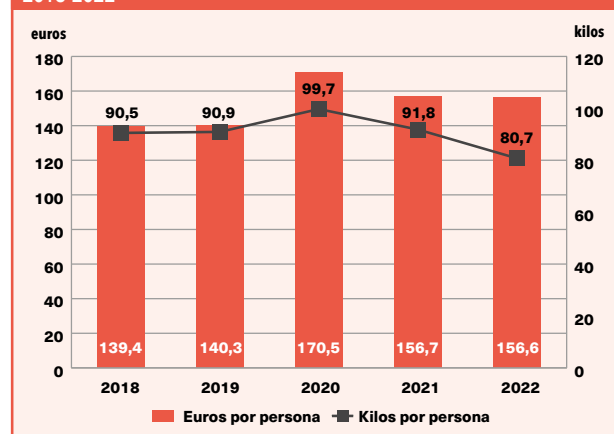
En términos per cápita, el consumo de frutas frescas durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de frutas frescas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutas frescas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutas frescas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutas frescas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en núcleos urbanos entre 10.000 y 100.000 habitantes cuentan con menor consumo per cápita de frutas frescas, mientras que los mayores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de más de 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes 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 jóvenes independientes.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Castilla y León, País Vasco y Navarra cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Andalucía y Castilla-La Mancha.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

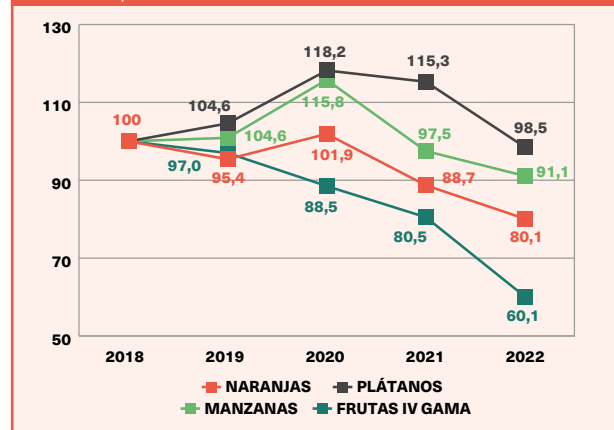
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutas frescas se ha reducido (de 90,5 kilos a 80,7 kilos) aunque en el año 2020 se produjo un repunte motivado por los efectos de la pandemia que, en gran parte, se ha corregido a la baja durante los años 2021 y 2022. En el periodo 2018-2022, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2020 (99,7 kilos y 170,5 euros por consumidor).

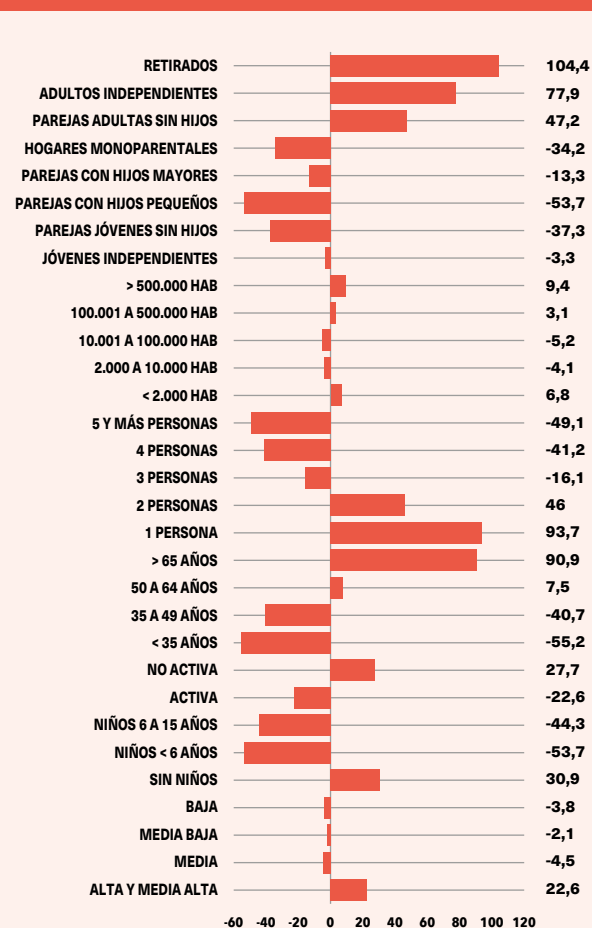
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN FRUTAS FRESCAS, 2018-2022



En la familia de frutas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido bastante pareja en todos los tipos de productos. Respecto a la demanda de 2018, se produce un descenso en el consumo de todas las variedades analizadas.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTAS FRESCAS (2018=100), 2018-2022

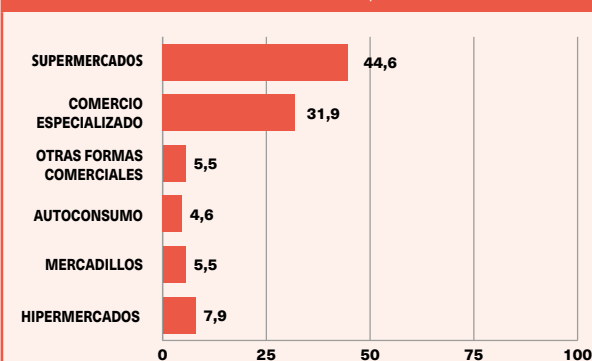


**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTAS FRESCAS
EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)***


* Media nacional = 80,7 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutas frescas a los supermercados (44,6% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 31,9%, mientras que el hipermercado concentra el 7,9%. El autoconsumo, por su parte, acapara el 4,6%, mientras que los mercadillos suponen el 5,5%. Las otras formas comerciales representan el 5,5% restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS
FRESCAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022**


CONSERVAS DE VERDURAS

El sector de las conservas vegetales experimentó en 2022 una brusca frenada, tras los buenos resultados del año anterior. El encarecimiento generalizado del producto fue una de las razones que frenaron el crecimiento del sector.

La producción de conservas vegetales se concentra en Cataluña, Andalucía, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Galicia y la Región de Murcia. En esas cinco comunidades se produce alrededor del 70% de todas las conservas vegetales españolas.

Las empresas del sector continuaron ampliando su oferta para atender la demanda y diversificar su portfolio. En esa ampliación de oferta destacaron las producciones ecológicas y también las amparadas por una marca de calidad diferenciada.

La conserva vegetal más importante en términos del volumen comercializado es la de tomate (entero y triturado). En 2022 acaparó cerca del 40,6% de todas las ventas en volumen, seguido a mucha distancia por las conservas de espárragos, pimientos, judías verdes, champiñones, guisantes, maíz o alcachofas, entre una amplísima oferta. En términos de valor, las conservas de espárragos superan en cuota al resto (24,7% en 2022).

En los últimos años ha aumentado la demanda de platos preparados listos para tomar, acompañados de legumbres y de cereales como el arroz.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial de las conservas vegetales estaba conformado tradicionalmente por numerosos operadores de pequeño y mediano tamaño.

Esa situación ha ido cambiando durante los últimos años y en la actualidad existen pocos y grandes grupos que basan sus estrategias de futuro en la internacionalización y en la irrupción en sectores afines, como el de los platos preparados.

Muchos de esos grandes operadores han acometido en los últimos tiempos importantes operaciones de inversión para modernizar y diversificar sus procesos de producción.

La empresa fabricante y distribuidora de conservas vegetales más importante en España alcanzó en 2022 unas ventas (sólo en ese segmento de su acti-

PRINCIPALES EMPRESAS FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES DE CONSERVAS VEGETALES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Conservas El Cidacos, S.A. *	365
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U (IAN) *	277,3
Compre y Compare, S.A (Grupo Celorrio) (*)	230
Eurochamp S.A.T	81,1
The Real Green Food Company (*)	69,4
Conservas El RAAL, S.L	57
Industrias Videca	55,24
Conservas Ferba, S.A.	51,5
MCA Spain, S.L (*)	48
Grupo Vegetales ALSUR	23

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS MERMELADAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Unilever España, S.A. - Grupo *	554,25
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	252,2
Grupo Helios *	235
Hero España, S.A. *	180
Iberfruta-Muerza Grupo Helios (1)	98
Alcurnia Alimentación, S.L. *	30,32
Conservas Pedro Luis, S.L *	12
Conservas Lazaya Frutas Dulces, S.A	10,1
Jumel Alimentaria, S.A (*)	9,5
Confituras Siboney, S.A (1)	1,8

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

vidad) que superaron los 207 millones de euros.

Por su lado, la segunda se situó en torno a los 200 millones de euros y la tercera se acerca a los 180 millones de euros.

El resto de las empresas que forman el ranking de las diez mayores facturaron entre 81 millones y 35 millones de euros.

Las marcas de distribuidor (MDD) son importantes entre las ofertas más consolidadas de este mercado. Es el caso, por ejemplo, de las conservas de tomate triturado y pelado donde en 2022 llegaron hasta el 83% del total de ventas en volumen. En el caso de las conservas de espárragos, la cuota de las MDD ronda el 76%

COMERCIO EXTERIOR

Tradicionalmente, la balanza del comercio exterior de conservas vegetales es claramente favorable para España. Las exportaciones en 2022 rondaron los 1,44 millones de toneladas, un 1% más que en 2021, y las importaciones ascendieron a 539.613 toneladas, también por encima del año anterior, según los datos de Comercio. La primera conserva exportada en volumen es la de tomate. En estos datos están incluidos las compras de conserva de patata.

La primera empresa exportadora vendió en el exterior por valor de casi 100 millones de euros, mientras que la segunda lo hizo por un valor de 50 millones.

Más de la mitad de las exportaciones se dirige hacia otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia, Alemania, Portugal y Países Bajos. Por su lado, entre los países terceros sobresalen Reino Unido, Japón y Estados Unidos.

Dentro de las exportaciones, la partida de conservas de tomate alcanzó el mayor volumen, y además en 2022 tuvo mejores resultados que en el año anterior.

En el caso de las importaciones, las principales partidas fueron el maíz dulce, los pimientos, las alcachofas y los guisantes. Los principales proveedores



de la UE son Francia, Holanda, Bélgica, Portugal y Alemania. Por su lado, entre los países terceros destacan las conservas procedentes de Perú, China, Turquía, Tailandia, Indonesia y Brasil.

Además de conservas de verduras, también hay un comercio de conservas de frutas, encabezado por las de melocotón. Las exportaciones de estas conservas han ido perdiendo peso en los últimos años y rondaron las 98.000 toneladas en 2022. La principal partida es la conserva de melocotón (casi la mitad del total), seguida por la de satsuma, albaricoque y pera. ■

VEGETALES CONGELADOS

El sector de los vegetales siguió creciendo en 2022 gracias a la recuperación del canal HORECA y también al crecimiento de la demanda internacional.

Según la Asociación Española de Fabricantes de Vegetales Congelados (ASEVEC), la producción nacional de estos productos llega a casi 920.000 toneladas. En los años anteriores, la producción se ha incrementado lo que demuestra el buen momento que atraviesa un sector.

Por su lado, la encuesta industrial de producto que publica el INE estableció en 912.317 toneladas la producción de vegetales congelados en 2022, cuyo valor fue de 816 millones de euros.

De la producción total de verduras congeladas, sólo 3 productos aportaron casi el 46%: el brócoli; el pimiento y el guisante. Por detrás se sitúan las judías

verdes, tanto planas como redondas, la coliflor, las zanahorias, las espinacas, los calabacines, los tomates o las berenjenas.

La patata, que es un tubérculo, está también entre los alimentos vegetales congelados que más se producen y consumen. La producción de patata congelada en 2022 rondó las 10.400 toneladas, según la encuesta de productos del INE.

Al margen de estas verduras, también hay una importante producción de mezcla de vegetales congelados. En este caso, los alimentos más producidos son menestra y ensaladilla.

Por comunidades, las que concentran mayores volúmenes de producción de verduras congeladas son Navarra y Murcia. También son importantes las producciones de Castilla y León, La Rioja y Extremadura.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y el predominio de grandes grupos internacionales son los dos rasgos más característicos del sector empresarial de productos vegetales congelados. La Asociación Española de Fabricantes de Vegetales Congelados (ASEVEC) está compuesta por ocho compañías que aglutinan al 95% de la producción nacional.

Estas empresas, según datos de la ASEVEC, cuentan con una superficie cultivada de 90.400 hectáreas, cuyas producciones son tratadas en las 21 fábricas asociadas, además de 4 centros logísticos. Estas empresas dan trabajo a más de 4.600 personas de forma directa y a unas 10.000 de forma indirecta. La mayor parte de esos trabajadores son mayores de 40 años y están viviendo en el mundo rural, lo que contribuye a luchar contra la despoblación.

Solo tres empresas asociadas a ASEVEC y ubicadas en Navarra aportan el 70% de la producción nacional de vegetales.

Las tres verduras congeladas más demandadas en el mercado nacional son el guisante, las judías verdes y las espinacas. Juntas acapararon el 58% de las ventas totales.

Dentro de este sector, el peso de las marcas de distribuidor (MDD) es muy grande. De hecho, cerca del 92% del volumen de verduras congeladas que se comercializan en España en 2022 fue con MDD.

La principal empresa del sector provee de vegetales congelados a una de las principales cadenas de distribución alimentaria de nuestro país y su cuota mercado en distribución organizada es del 50%. La producción de esta empresa en 2022 rondó las 400.000 toneladas, con una facturación que superó los 519 millones de euros, muy por encima del año anterior en ambos casos.

La segunda empresa del sector registró una producción superior a las 237.000 toneladas, con una facturación de más de 300 millones de euros.

En el tercer escalón del ranking se situó una empresa que produjo en 2022 unas 120.000 toneladas y facturó cerca de 1115 millones de euros.

La producción de vegetales congelados de España ocupa uno de los primeros puestos del ranking de la producción comunitaria, por detrás de Bélgica.

Las empresas del sector están representadas en la Asociación Europea de Fruta y Hortaliza Procesada

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE VEGETALES CONGELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Virto	519
Congelados de Navarra, S.A.	300
FRUVECO	115
Gelagri Ibérica	95
Ardo Foods	59
Monliz España	35
Alimentaria Aragonesa (SAAR)	26,5
Transformados Agrícolas de Albacete	14
Congelados El Pedáneo (*)	16
Ultracongelados Campo Verde	14

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

(PROFEL). Actualmente hay 11 asociaciones nacionales integradas en PROFEL, así como también en torno a 500 empresas dedicadas al procesado de frutas y verduras. Los miembros de PROFEL dan empleo a más de 80.000 personas y producen unos cerca de 7 millones de toneladas de estos productos, de los que el 50% son vegetales congelados.

COMERCIO EXTERIOR

El subsector español de productos vegetales congelados tiene una fuerte vocación internacional, con una demanda exterior no deja de aumentar. Las principales empresas del sector registraron incrementos en sus ventas exteriores en 2022.

Tres empresas concentran los dos tercios de las exportaciones totales del sector de los vegetales congelados y los principales mercados de exportación son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Francia, Alemania, Bélgica, Portugal, Italia y Países Bajos. Fuera de la UE son destacables los envíos a Reino Unido, Estados Unidos, Brasil, Canadá y Arabia Saudí. Las principales compañías españolas han conseguido en los últimos años diversificar su lista de clientes y también exportan algunas partidas importantes a países asiáticos.

El brócoli es la verdura congelada que más se exporta, seguido de los pimientos y los guisantes. Dentro de la oferta de verduras congeladas exportadas en 2022 destacaron por su singularidad productos como el romesco, las coles de Bruselas, el apio o el cardo.

En cuanto a las importaciones, son poco importantes en este mercado, con excepción de las patatas prefritas y de algunas partidas de materia prima, provenientes de China o Perú, que son utilizadas para la preparación de los productos finales. ■

CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 556,3 millones de kilos de frutas y hortalizas transformadas y gastaron 1.381,8 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 12,0 kilos de consumo y 29,9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las frutas y hortalizas en conserva (9,1 kilos por persona y año), mientras que las frutas y hortalizas congeladas representan un

consumo de 3,0 kilos per cápita. Dentro de las frutas y hortalizas en conserva, destaca el tomate, con un consumo per cápita de 4,9 kilos al año.

En términos de gasto, las frutas y hortalizas en conserva concentran el 78,2% del gasto, con un total de 23,4 euros por persona, mientras que las frutas y hortalizas congeladas alcanzan un porcentaje del 21,4% y un total de 6,4 euros por persona al año. Dentro de las frutas y hortalizas en conserva destaca el tomate, que representa un 27,4% del total de los productos hortofrutícolas transformados (8,2 euros per cápita).

CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS DE LOS HOGARES, 2022				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	556,3	12,0	1.381,8	29,9
FRUTAS Y HORTALIZAS EN CONSERVA	419,6	9,1	1.084,5	23,4
GUISANTES	10,1	0,2	26,5	0,6
JUDÍAS VERDES	13,3	0,3	22,1	0,5
PIMIENTOS	15,2	0,3	68,2	1,5
ESPÁRRAGOS	19,8	0,4	122,7	2,7
ALCACHOFAS	8,0	0,2	40,3	0,9
CHAMPIÑONES Y SETAS	13,9	0,3	44,9	1,0
MAÍZ DULCE	20,1	0,4	70,6	1,5
MENESTRA	5,0	0,1	10,5	0,2
TOMATES	226,6	4,9	378,2	8,2
TOMATE FRITO	160,2	3,5	283,3	6,1
TOMATE NATURAL	66,3	1,4	94,9	2,1
TOMATE NATURAL ENTERO	9,1	0,2	14,8	0,3
TOMATE NATURAL TRITURADO	57,2	1,2	80,1	1,7
OTRAS VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	22,5	0,5	62,7	1,4
FRUTA EN CONSERVA	65,0	1,4	237,7	5,1
MERMELADAS, CONFITURAS	27,0	0,6	120,5	2,6
FRUTA ALMIBAR	32,3	0,7	88,4	1,9
FRUTA ESCARCHADA	0,4	0,0	3,0	0,1
RESTO FRUTA CONSERVA	5,4	0,1	25,8	0,6
FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	136,7	3,0	297,3	6,4
VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	134,3	2,9	283,6	6,1
ESPINACAS	10,4	0,2	19,7	0,4
GUISANTES	25,0	0,5	47,7	1,0
JUDÍA VERDE	26,5	0,6	39,9	0,9
COLIFLOR	5,3	0,1	9,7	0,2
PIMIENTOS	2,9	0,1	7,1	0,2
BRÓCOLI	8,8	0,2	15,0	0,3
MENESTRA	14,2	0,3	26,9	0,6
OTRAS VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	41,2	0,9	117,7	2,5
FRUTAS CONGELADAS	2,4	0,1	13,7	0,3

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

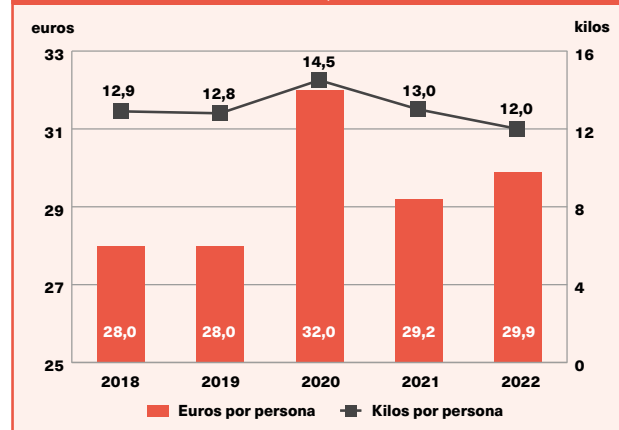
En términos per cápita, el consumo de frutas y hortalizas transformadas durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutas y hortalizas transformadas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutas y hortalizas transformadas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con una edad inferior a 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros en el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes municipios (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos pequeños (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas adultas sin 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, Madrid y Aragón cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Canarias, Galicia y La Rioja.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

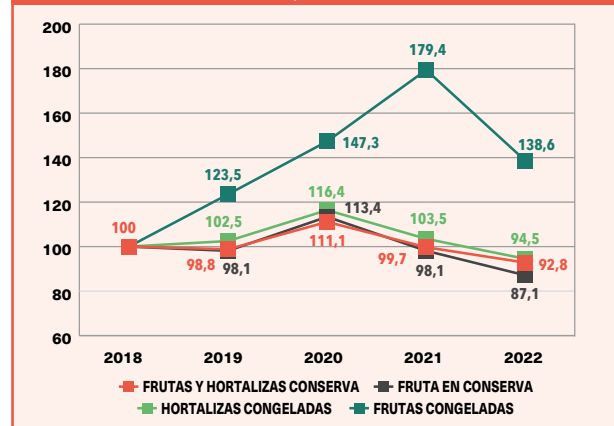
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutas y hortalizas transformadas se ha mantenido relativamente constante aunque destaca el comportamiento del año 2020 por los efectos de la COVID-19 que supuso un incremento notable de la demanda que se va corrigiendo a la baja durante los dos últimos ejercicios (2021 y 2022). En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (14,5 kilos), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2020 (32,0 euros por consumidor).

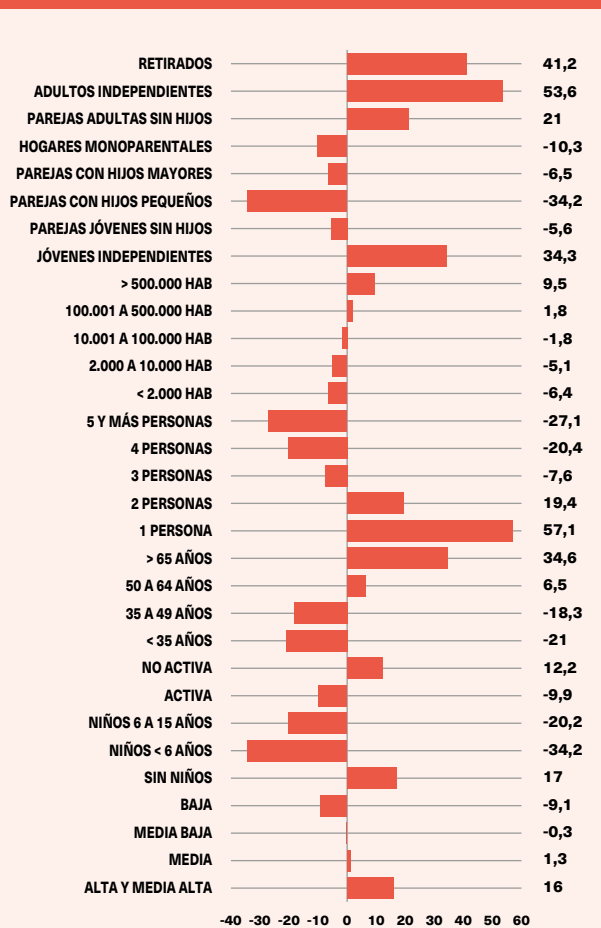
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS, 2018-2022



En la familia de frutas y hortalizas transformadas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido especialmente diferente en las frutas congeladas. Respecto a la demanda de 2018, solamente aumenta el consumo de frutas y hortalizas congeladas.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS (2018=100), 2018-2022

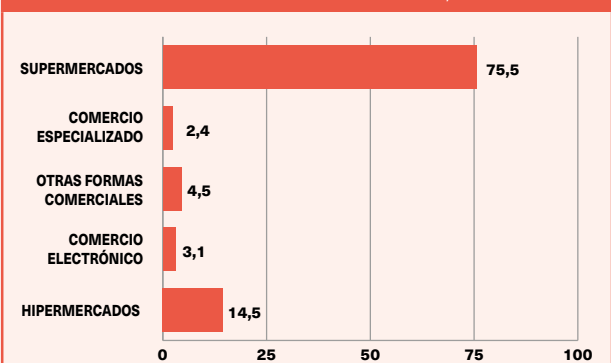


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*


* Media nacional = 12,0 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutas y hortalizas transformadas a los supermercados (75,5% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 14,5% y los establecimientos especializados llegan al 2,4%. El comercio electrónico supone el 3,1% de la venta total, mientras que las otras formas comerciales concentran el 4,5% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022


ZUMOS

El sector de los zumos inició el año 2022 intentando recuperarse del descenso del consumo en el canal HORECA. En los últimos años el sector de los zumos ha ido perdiendo peso económico, más en volumen que en valor.

Para hacer frente a la caída del consumo en volumen, las empresa del sector han hecho esfuerzos para diversificar sus presentaciones, apostando por productos ecológicos, refrigerados o que mezclan frutas y verduras con especias, té o incluso cereales.

Según los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que elabora el INE, en 2022 la producción industrial de zumos alcanzó los 2.454,7 millones de litros, de los que 958 millones eran zumos de uva (incluido el mosto con un grado alcohólico menor de 0,5 Vol.) y 489 millones de litros eran de naranja, entre otros.

La Asociación Nacional de Fabricantes de Zumos y Gazpachos (Zumos y Gazpachos de España), es la organización empresarial que integra a los principales productores del sector. Esta asociación, que anteriormente se denominaba ASOZUMOS, integra tanto a las industrias exclusivamente comercializadoras o envasadoras de zumos y gazpachos, como a las dedicadas a la transformación de la materia prima y obtención de semielaborados vegetales.

Según esta asociación, el 63% de los españoles consume zumo más de tres veces por semana. El 60% lo consume sólo en el hogar y un 5% lo suele hacer fuera. El "retail" (venta al por menor) es el canal favorito de los consumidores españoles para adquirir zumos. Los sabores más demandados son la naranja (64%), la piña (56%), el melocotón (38%) y las mezclas.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Zumos y Gazpachos de España, que está integrada por 23 empresas (19 asociadas y 4 miembros afiliados), representan aproximadamente el 90% de toda la producción nacional del sector.

A nivel empresarial, el principal grupo del sector registró en 2022 una producción de cerca 800 millones de litros (4% con marca propia), con una facturación de unos 628 millones de euros.

Por su lado, el segundo grupo –muy fuerte en el sector del vino- tuvo una producción de 400 millones de litros

PRINCIPALES EMPRESAS DE LOS SECTORES DE ZUMOS Y NÉCTARES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo García Carrión (*)	1.050
AMC Natural Drinks Group	628
Nufri Grupo	450
Refresco Iberia, S.L. (*)	220
Juver Alimentación, S.L. (*)	120,62
Quirante Fruits SAT	98,19
Agrozumos, S.A	66,4
Grupo Indulleida *	60
Agricultura y Conservas, S.A (Agricons)	59,7
Miguel Parra e Hijos SA	30

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

(el 63% comercializados con marca propia), mientras que el tercero se situó en 195 millones de litros (todos con MDD) y 220 millones de euros de facturación.

En el ranking de las diez primeras empresas productoras, el cuarto lugar lo ocupó una compañía que produjo 185 millones de litros y facturó unos 120 millones de euros y el quinto lugar fue para una empresa cuya producción llegó hasta los 130 millones de litros (todos con marcas blancas), con una facturación de 66,4 millones de euros.

Las marcas de distribución (MDD) acapararon el 70% del mercado en volumen y el 62% en valor, según datos de Nielsen IQ. Sin embargo, las marcas de fabricante (MDF) siguieron luchando en 2022 por mantener sus cuotas de mercado.

COMERCIO EXTERIOR

Las grandes empresas productoras y comercializadoras de zumos apuestan cada vez más por la búsqueda de nuevos mercados fuera de nuestras fronteras.

Durante 2022 se exportaron 994 millones de litros de zumos, un volumen superior al del año anterior. Asimismo, se importaron 220 millones de litros, según datos de Comercio. La partida principal fueron los zumos de uva, por delante de los de naranja y los de mezclas de frutas. La menor partida entre las exportaciones fue para los zumos de arándanos. En el caso de las importaciones, la mayor partida en volumen fue la de zumo de naranja, seguida de el de piña y el de limón. ■

CONSUMO Y GASTO EN ZUMO

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 317,3 millones de litros de zumo y gastaron 376,0 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 6,9 litros de consumo y 8,1 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los néctares (2,1 litros por persona y año), seguidos de los zumos concentrados, que alcanzan 1,4 litros per cápita al año. En términos de gasto, los néctares concentran el 37,0%, con un total de 3,0 euros por persona, mientras que los zumos concentrados presentan un porcentaje del 16,0% y un total de 1,3 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN ZUMO DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL ZUMO Y NECTAR	317,3	6,9	376,0	8,1
ZUMO FRUTA REFRIGERADO Y EXPRIMIDO	74,3	1,6	120,4	2,6
ZUMO CONCENTRADO	63,6	1,4	58,9	1,3
CONCENTRADO NARANJA Y MEZCLA	6,6	0,1	6,9	0,1
CONCENTRADO MELOCOTON Y MEZCLA	15,8	0,3	14,1	0,3
CONCENTRADO PIÑA Y MEZCLA	13,5	0,3	11,8	0,3
OTROS CONCENTRADOS	27,7	0,6	26,2	0,6
NECTARES	137,8	3,0	136,6	3,0
NECTAR LIGHT O SIN AZUCAR	97,0	2,1	95,5	2,1
ZUMOS DE HORTALIZAS	3,7	0,1	4,2	0,1
RESTO ZUMO Y NECTAR	37,8	0,8	55,8	1,2
HORCHATA	32,6	0,7	44,5	1,0
ZUMOS ENRIQUECIDOS	113,3	2,4	104,9	2,3
ENRIQUECIDO CON VITAMINAS	111,8	2,4	101,1	2,2



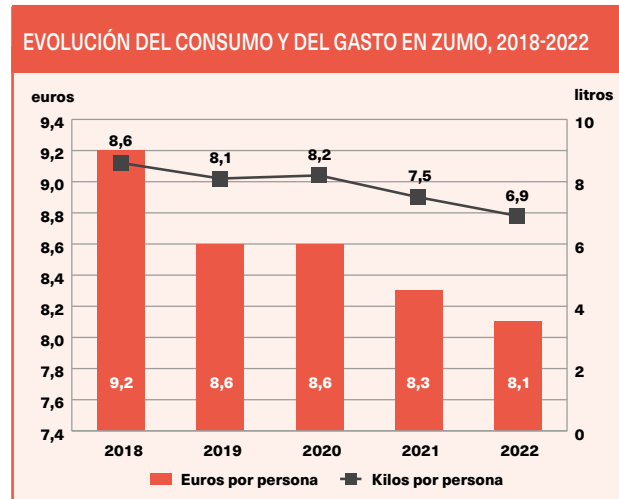
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de zumos durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

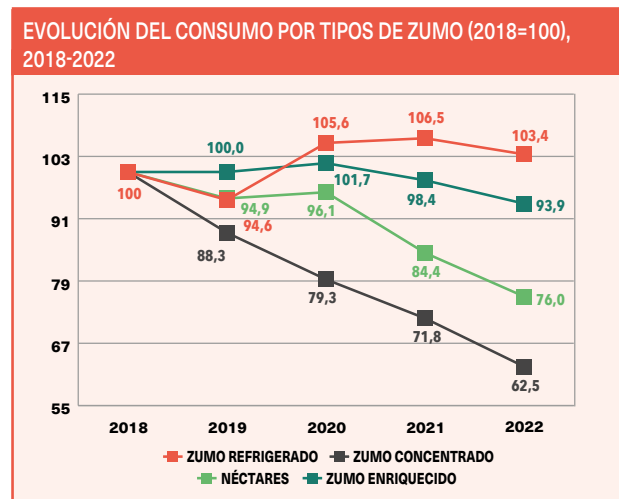
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de zumos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de zumos es mayor.
- En los hogares donde compra una persona con 65 o más 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 entre 35 y 49 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 4 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 zumos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de menos de 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas sin hijos, independientemente de la edad de los miembros que componen la pareja, y entre los retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos y hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias, Cataluña, Baleares y Comunidad Valenciana cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Castilla-La Mancha y Navarra.

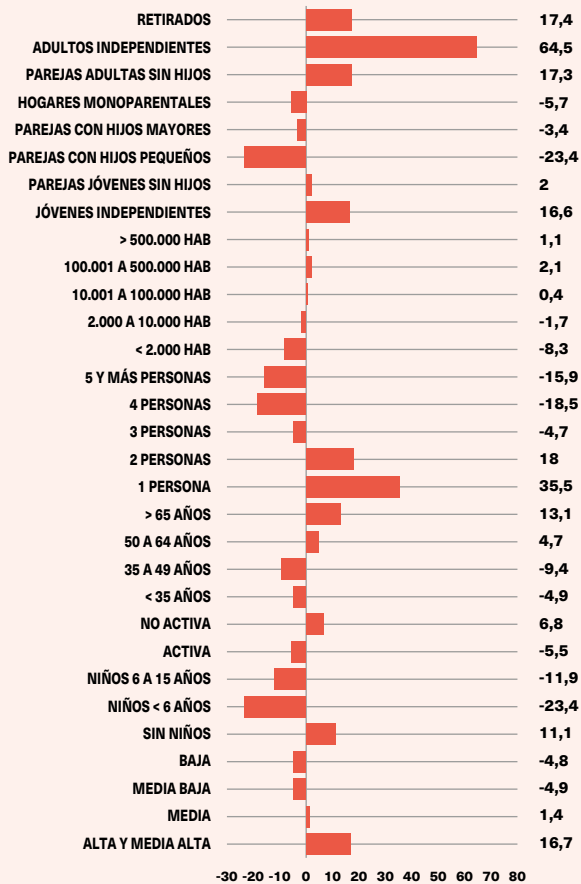
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de zumos ha descendido 1,7 litros por persona y el gasto se ha reducido en 1,1 euro. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2018 (8,6 litros), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2018 (9,2 euros por consumidor).



En la familia de zumos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido bastante similar en los distintos tipos de producto analizado. Respecto a la demanda de 2018, solamente el consumo de zumo refrigerado aumenta y, por el contrario, en néctares y zumos concentrados y zumos enriquecidos se produce un descenso.

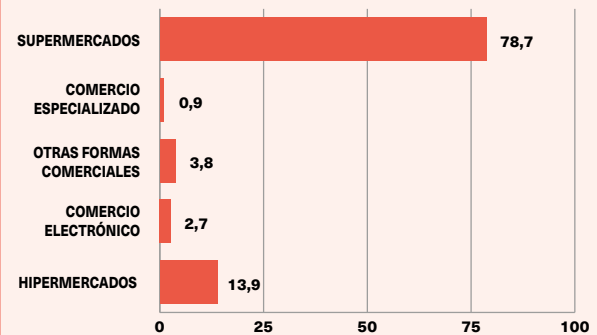


**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ZUMO EN LOS HOGARES
CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)***


* Media nacional = 6,9 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de zumos a los supermercados (78,7% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 13,9%. Los establecimientos especializados representan el 0,9% y el comercio electrónico el 2,7%. Las otras formas comerciales alcanzan la cuota del 3,8% restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ZUMO
POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022**


PATATAS FRITAS Y SNACKS

El mercado español de patatas fritas snacks registró en 2022 tasas de crecimiento moderadas, impulsado por la aparición de nuevas marcas y el auge de la marca de distribuidor (MDD).

El mercado nacional de productos de aperitivo y snacks en España es muy dinámico y mantiene crecimientos continuados desde hace varios años. Según datos de la asociación SNACKS, que representa desde 1978 a las industrias fabricantes de patatas fritas, snacks, frutos secos, semillas y frutas desecadas, la producción anual de estos productos ronda las 356.000 toneladas.

El mercado de los snacks se distribuye en tres grandes familias: frutos secos (44%), patatas fritas (32 %) y el resto de productos (24%). En los últimos años, el sector de la patata frita ha perdido peso y lo ha ganado el resto de productos.

El consumo per cápita de productos de aperitivo está en 7,5 kilos por persona al año

En el caso de los “snacks”, los más demandados son los de maíz, seguidos por los “gusanitos” y las cortezas. Tanto en el caso de los “snacks” como de las patatas, son las presentaciones de mayor valor añadido, los sabores gourmet y los productos más saludables, las que muestran un dinamismo más notable en el consumo.

Por su lado, dentro de las patatas fritas, las tradicionales continúan siendo las más consumidas, aunque ese lugar es disputado por las de sabores y las artesanas y caseras.

Además de los tradicionales snacks (patatas, frutos secos, etc.) está ganando peso en el aperitivo el consumo de pequeños embutidos, con presentaciones más ligeras.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de patatas fritas, frutos secos y snacks está formado por unas 500 empresas, entre las que conviven grandes multinacionales con pequeñas sociedades de capital familiar, muchas de las cuales tienen un radio de acción local.

En conjunto, el sector da trabajo a más de 20.000 personas, según las estimaciones de la asociación SNACKS. Esta asociación estima también que la fac-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS PATATAS FRITAS Y LOS SNACKS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Importaco (GRUPO) *	483,6
Frit Ravich, S.L *	262,78
Pepsico Foods, A.I.E *	180
Kellogg España, S.L*	150
APEX Grupo*	135
Leng D'Or, S.A*	100
Liven S.A Grupo*	74,4
CYL Ibersnacks, S.L*	67,9
Risi, S.A*	55
Fritoper, S.L*	33,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. (*) Incluye la facturación de otros sectores.

turación de las empresas asociadas ronda los 2.500 millones de euros.

A nivel empresarial, los cinco grupos más importantes controlan casi el 50 % de todas las ventas y ese porcentaje se incrementa hasta el 60% en el caso de los diez operadores principales.

El primer grupo, que forma parte de uno mayor dedicado a las bebidas refrescantes, tiene una cuota de mercado de más del 18%, mientras que el segundo la tiene del 12%.

La importancia de las marcas de distribución (MDD) no es uniforme dentro del mercado pero lo cierto es que de año en año va ganando peso. No obstante, el grueso del lineal sigue siendo marquista.

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de patatas fritas, frutos secos y snacks es claramente favorable para España. Entre las patatas fritas, las exportaciones superaron a las importaciones. Anualmente se venden fuera de nuestras fronteras patatas preparadas por valor de unos 55 millones de euros.

Los países de la Unión Europea fueron los principales destinatarios de las exportaciones españolas de patatas fritas, frutos secos y snacks. Entre ellos, destacan Alemania, Francia e Italia.

Por su parte, las importaciones procedieron mayoritariamente de Estados Unidos, Portugal, China y Argentina. ■

FRUTOS SECOS

El mercado de los frutos secos se resintió en 2022 por la subida de precios de la materia prima. No obstante, el sector empresarial dio síntomas de buena salud, con fusiones de compañías y apertura de nuevos mercados. En general, a pesar del frenazo en el consumo, el sector se mostró optimista con la recuperación parcial de las ventas en el canal HO-RECA.

Los frutos secos están ya muy consolidados como alimentos saludables dentro de un mercado en el que cada vez preocupa más la salud y el bienestar. Tradicionalmente, las nueces y las almendras eran los productos estrella de este mercado, pero hoy en día han ido perdiendo posiciones en favor de otros productos como el anacardo y el pistacho, al que ya se conoce como el “nuevo oro verde” del campo español. Concretamente, la consultora IRI estimó que de las ventas totales en 2022 un 7,5% correspondió a las almendras; un 18,7% a las nueces y un 5,7% a los pistachos, entre otros frutos.

A este respecto, se estima que en los próximos años se puede producir un “boom” de consumo de pistacho, en paralelo con el despegue de la producción autóctona.

Buena parte de estas producciones se usan en la industria alimentaria como (pastelería, cereales de desayuno, etc.), pero también son parte del sector de los snacks junto con pipas y cacahuètes. De hecho, las pipas son las primeras en consumo dentro de los llamados “snacks” y los cacahuètes suponen casi un 10% del total consumido.

Dentro de los hogares, los frutos secos más consumidos son las nueces, seguidas de los surtidos, los cacahuètes (que se incluyen como fruto seco-snack), las almendras, los pistachos y por último, a mucha distancia, las avellanas.

Por canales de venta, los supermercados-autoservicios acaparan más del 54% de la cuota total, seguidos por las tiendas discount (14%).

La marca de distribuidor (MDD) en este sector es muy importante. Según datos de la consultora IRI, representa en torno al 80% del mercado en valor y al 81% en volumen comercializado. La primera marca de fabricante (MDF) dentro del sector representa el 8,2% en valor.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FRUTOS SECOS Y SNACKS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Importaco, S.A (*)	745
Calconut, S.L.	229,7
Grupo Borges Agrícola & Industrial Nuts, SA	136,1
Grupo Almendras Francisco Morales	40
Frumesa, S.L *	122
Almendras Llopis, S.A.*	130,5
Frit Ravich, S.L.*	262,8
Ferrer Segarra S.A*	29,7
Facundo Blanco, S.A(*)	19
Frutos secos Medina S.L (*)	54,2

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

A nivel empresarial, el principal grupo del sector registró en 2022 una producción superior a 119.000 toneladas, con una facturación de unos 722 millones de euros, muy por encima del año anterior en ambos casos, si bien en la facturación están incluidas las aportaciones de otros sectores afines. Este grupo, valenciano, es el distribuidor de referencia de la MDD de uno de los supermercados más importantes.

Por su lado, el segundo grupo tuvo una producción de casi 40.000 toneladas (comercializa con marca propia y MDD) y una facturación de 160 millones de euros, mientras que el tercero se situó en 35.000 toneladas y una facturación de 143 millones de euros de facturación en 2022.

El resto de las diez primeras empresas del ranking nacional contaron con producciones que oscilaron entre las 30.000 y las 9.700 toneladas.

El sector industrial está realizando grandes inversiones en maquinaria para hacer frente al aumento de la demanda de frutos más saludables. En 2022 se produjeron fusiones de empresas y la entrada en el accionariado de algunas de ellas de fondos de inversión, con el objetivo de expandir su negocio.

Entre las novedades del sector destacó la apuesta por las mezclas de frutos secos y las producciones más saludables.

COMERCIO EXTERIOR

Tradicionalmente, la balanza comercial en el sector de los frutos secos tiene un saldo negativo, pues las importaciones superan con creces a las exportaciones.

En los últimos años, el comercio de frutos secos se ha visto afectado negativamente por la reducción de la producción y por las consecuencias de la pandemia.

De acuerdo con los datos de Comercio, en 2022 las importaciones nacionales ascendieron en total a 243.703 toneladas (casi 49.000 más que un año antes) y las exportaciones a 141.293 toneladas (unas 6.000 toneladas menos). El mayor volumen exportado fue el de almendras sin cáscara, que representó

el 75% del total vendido en el exterior, en volumen. También fueron importantes, pero a mucha menor escala, las exportaciones de castañas (sin cáscara).

En los últimos años se ha disparado la exportación de pistacho, en paralelo con la mayor oferta nacional de este fruto seco. En 2022 se exportaron 2.700 toneladas de estos frutos, mientras que las importaciones casi llegan a las 15.000 toneladas, según los datos de Comercio.

Los destinos principales de las exportaciones de frutos secos españolas fueron países de la UE como Francia, Italia y Alemania, mientras que los que más frutos secos vendieron a España fueron Estados Unidos (con mucha diferencia respecto al resto), Portugal y China. ■

CONSUMO Y GASTO EN FRUTOS SECOS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 149,7 millones de kilos de frutos secos y gastaron 1.210,6 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 3,2 kilos de consumo y 26,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las nueces (0,6 kilos por persona y año), seguido de los cacahuetes (0,3 kilos per cápita), de las almendras (0,2 kilos per cápita), de los pistachos (0,2 kilos per cápita) y de las avellanas (0,1 kilos per cápita). En términos de gasto, las nueces concentran el 19,1% del gasto, con un total de 5,0 euros por persona, seguido por las almendras, con un



porcentaje del 11,4% y un total de 3,0 euros por persona al año. A continuación, se encuentran los pistachos, con el 8,8% y 2,3 euros por persona, los cacahuetes, con el 5,7% y 1,5 euros y, finalmente, las avellanas, con el 3,8% del total y 1,0 euro por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN FRUTOS SECOS DE LOS HOGARES, 2022				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL FRUTOS SECOS	149,7	3,2	1.210,6	26,2
ALMENDRA	11,1	0,2	140,7	3,0
ALMENDRA CON CÁSCARA	3,5	0,1	39,0	0,8
ALMENDRA SIN CÁSCARA	7,6	0,2	101,7	2,2
CACAHUETE	15,5	0,3	70,5	1,5
CACAHUETE CON CÁSCARA	6,7	0,1	28,2	0,6
CACAHUETE SIN CÁSCARA	8,8	0,2	42,3	0,9
NUECES	26,7	0,6	231,6	5,0
NUECES CON CÁSCARA	17,7	0,4	107,2	2,3
NUECES SIN CÁSCARA	9,0	0,2	124,4	2,7
AVELLANA	3,9	0,1	47,8	1,0
PISTACHO	8,4	0,2	107,8	2,3
SURTIDO	15,3	0,3	125,1	2,7
OTROS FRUTOS SECOS	68,8	1,5	487,1	10,5

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

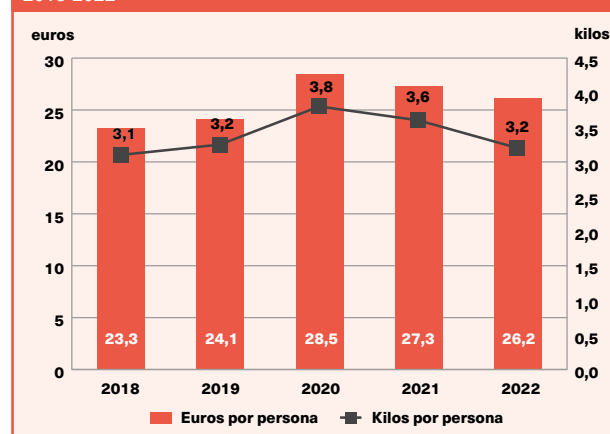
En términos per cápita, el consumo de frutos secos durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de frutos secos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutos secos es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutos secos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutos secos, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes núcleos de población (por encima de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutos secos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 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, País Vasco, Navarra y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Extremadura, y La Rioja.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

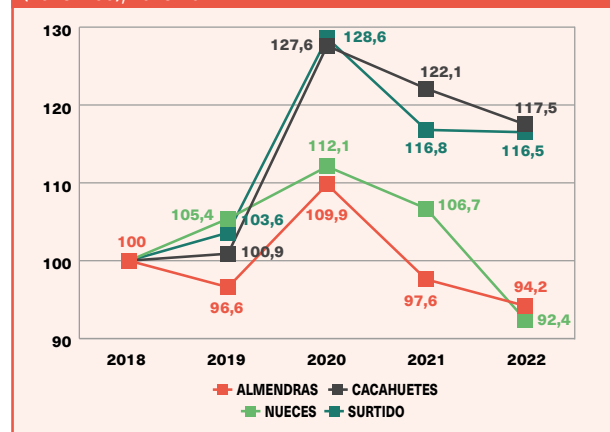
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutos secos se ha mantenido bastante estable (ha aumentado 0,1 kilos por persona al año), mientras que el gasto ha experimentado un crecimiento moderado (2,9 euros per cápita). En el periodo 2018-2022, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el ejercicio 2020, con un total de 3,8 kilos y 28,5 euros por consumidor.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN FRUTOS SECOS, 2018-2022

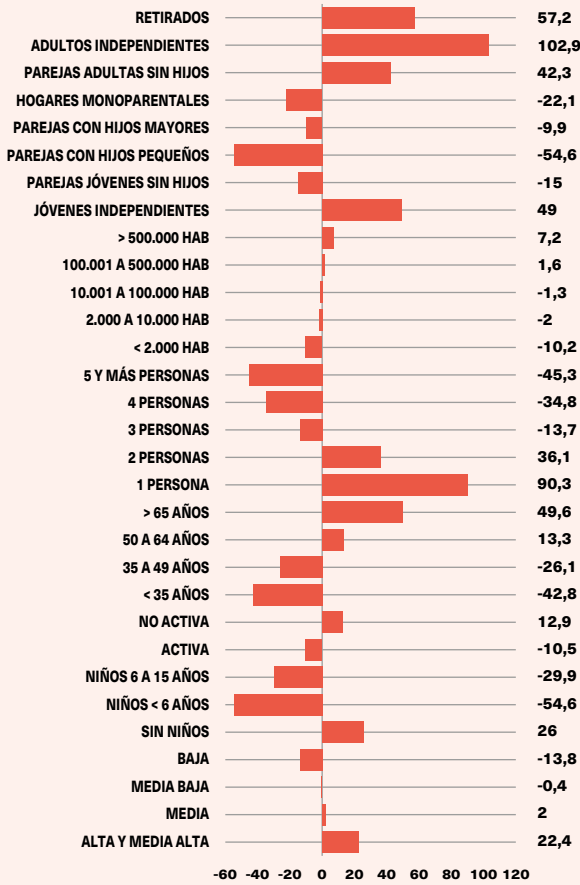


En la familia de frutos secos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido distinto para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2018, el consumo de cacahuets y surtido se incrementa mientras que, por el contrario, disminuye en nueces y almendras.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTOS SECOS (2018=100), 2018-2022



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

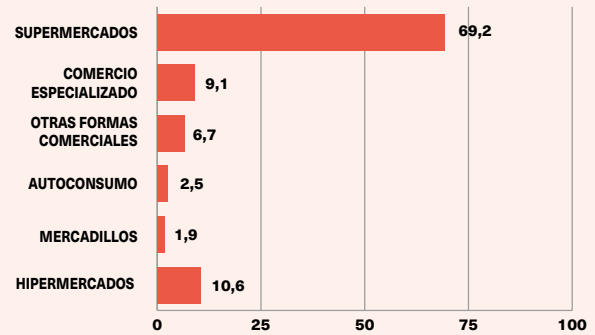


* Media nacional = 3,2 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutos secos a los supermercados (69,2% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 10,6% y los establecimientos especializados llegan al 9,1%. El autoconsumo representa el 2,5%, mientras que los mercadillos suponen el 1,9%. Otras formas comerciales alcanzan una cuota del 6,7%. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTOS SECOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022





**SI QUIERES LLEGAR AL PERFIL
DE PÚBLICO QUE DEMANDA TU PRODUCTO**

VÉNDETE EN EL MEJOR MERCADO

**EMPRESARIOS, PYMES Y AUTÓNOMOS
EN MERCADOS MAYORISTAS**

**CIRCUITO NACIONAL DE PUBLICIDAD
23 MERCADOS MAYORISTAS**

+2.000 SOPORTES

+23.000.000 DE PERSONAS/AÑO

+18.000.000 DE VEHÍCULOS/AÑO

+3.600 EMPRESAS

**014 MEDIA • Alcalá 106, Primero • 28009 MADRID
914 263 880 • infomercasa@014media.com**

LONAS • MUPIS DIGITALES • PANTALLAS DIGITALES GRAN FORMATO

ACCIONES ESPECIALES • VALLAS • MUPIS ESTÁTICOS • BANDEROLAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTAS

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

CHIRIMOYA DE LA COSTA TROPICAL DE GRANADA-MÁLAGA *

ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

MELOCOTÓN DE CALANDA *

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

FRUTA DE PROTECCIÓN INTEGRADA

BALEARES

MARCA COLECTIVA DE GARANTÍA

CITRICS SES MARJADES

MARCA GRÁFICA

TOMÀTIGA DE RAMELLET

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

MANZANA REINETA DEL BIERZO *

MARCAS DE CALIDAD

CEREZA DE LA SIERRA DE FRANCIA

CEREZA DE LAS CADERECHAS

MANZANA REINETA DE LAS CADERECHAS

PERA CONFERENCIA DEL BIERZO

CANARIAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PLÁTANO DE CANARIAS

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CEREZA DEL JERTE *

PRODUCCIÓN INTEGRADA

FRUTALES DE HUESO

FRUTALES DE PEPITA

CEREZO

CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

PERA DE LLEIDA *

INDICACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

POMA DE GIRONA * (MANZANA DE GIRONA)

CLEMENTINES DE LES TERRES DE L'EBRE *

(CLEMENTINAS DE LAS TIERRAS DEL EBRO)

PRODUCCIÓN INTEGRADA

CÍTRICOS

FRUTAS DE PEPITA

FRUTAS DE HUESO

PRODUCTOS DE LA VIÑA

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

KAKI DE LA RIBERA DEL XÚQUER *

NÍSPEROS DE CALLOSA D'EN 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

MELÓNES 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 40 términos municipales del norte de Alicante y otros 2 más del sur de la provincia de Valencia. La orografía de la zona es muy accidentada, con relieves montañosos en el que se suceden valles y cimas bajo la influencia del mar mediterráneo.

CARACTERÍSTICAS: El clima mediterráneo, las condiciones del suelo y las técnicas de cultivo imprimen al producto un carácter diferencial. Las cerezas protegidas pertenecen a las variedades Burlat, Picota, Picota Ambrunesa, Early Lory, Prime Giant, Sweet Heart, Brooks, Nimba, Frisco, Santina, Lapins, 4-84 y Sonata. Variedades polinizadoras: Stark Hardy Geant, Bing y Van. Las cerezas presentan un color rojo brillante, sabor singular y gran calidad. Son muy apreciadas por su cultivo tradicional y artesanal.

DATOS BÁSICOS: En la Indicación Geográfica Protegida están registrados unos 350 agricultores, los cuales hacen una producción media anual de 2 millones de kilos de cerezas, en unas 2.000 hectáreas protegidas. Están inscritas 9 plantas de envasado, acondicionamiento y almacenaje. Gran parte de su producción se destina a la exportación, variando según la climatología anual.

Cereza del Jerte

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción está en el norte de la provincia de Cáceres, y está constituida por 26 municipios de los Valles de Jerte, La Vera y Ambroz. La superficie total de la zona de producción es de 15.872 hectáreas.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades principales corresponden a cerezas sin pedúnculo, genéricamente conocidas como picotas; a este grupo pertenecen las Ambrunés, Pico Negro, Pico Colorado y Pico Limón Negro. La denominación también protege a una variedad de cereza con rabo, cuyo nombre es Navalinda. Se clasifican en Primera, Extra y Superextra, con diámetros que van de 21 a 28 milímetros.

DATOS BÁSICOS: La superficie amparada es de 15.872 hectáreas. Los productores inscritos en el Consejo Regulador son 2.888 y hay 7 almacenes. La producción anual es de unos 7,5 millones de kilos.

Cítricos Valencianos

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Las explotaciones agrícolas de las que proceden nuestros cítricos se sitúan a lo largo de todo el litoral de

la Comunidad Valenciana, desde Castellón a Alicante, una zona privilegiada para la producción de la naranja, la mandarina y el limón.

CARACTERÍSTICAS: La ideal climatología valenciana, con alternancia de temperaturas, templada durante la noche (que hace que consiga el idóneo índice de acidez y extraordinario color) y cálida durante el día (para que los cítricos obtengan un adecuado azúcar), propicia que los frutos tengan unas cualidades extraordinarias. Las variedades de cítricos autorizadas por la IGP son un total de 47, entre las 27 de mandarinas, 17 de naranjas y 3 de limones, el Fino, el Verna y el Eureka. Todas deben alcanzar unos parámetros de calidad establecidos que afectan tanto a su aspecto externo (defectos, presentación, etc.) como a su calidad interna (porcentaje de zumo e índice de madurez adecuados).

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene inscritas 61 industrias envasadoras y 4.887 productores, con 15.245,73 hectáreas en un total de 24.837 parcelas. La comercialización obtenida en esta campaña amparada por el Consejo Regulador fue de 21.207.991 millones de kilos.

Chirimoya de la Costa Tropical de Granada

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada por la Denominación de Origen Protegida está constituida por 10 municipios de la provincia de Granada.

CARACTERÍSTICAS: El clima suave y templado y las condiciones especiales del cultivo dotan a este producto de una singularidad extraordinaria. Es muy apreciado por ser un cultivo extratemprano. Las variedades autorizadas son la Fino de Jete y Campas, comercializándose en las categorías Extra y Primera; el porcentaje de peso de la semilla respecto al total no deberá superar el 10%.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita es de 600 hectáreas, en las que se producen una media anual de 8 millones de kilos. En el Consejo Regulador figuran 5 empresas que comercializan algo más de 5 millones de kilos de chirimoyas con Denominación de Origen Protegida, de los que tan sólo un 10% se destina a la exportación.

Clementines de les Terres de l'Ebre

(Clementinas de las Tierras del Ebro)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona protegida abarca varios municipios de las comarcas del Baix Ebre y Montsiá, en la provincia de Tarragona. Las condiciones edafoclimáticas específicas de esta zona confieren a estos cítricos un sabor y aroma diferenciados.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades protegidas son la Clementina Fina, Clementina Hernandina y Clementina Clementules. Las clementinas producidas en la zona tienen una gran calidad debido al equilibrio y a los buenos niveles de azúcares y ácidos con un índice de madurez superior a 10 y un porcentaje de zumo de más del 40%. La fecha de maduración de los frutos va del 5 de noviembre al 10 de enero.

DATOS BÁSICOS: En el consejo regulador están inscritos 300 hectáreas, 21 productores y 5 empresas envasadoras que han comercializado más de 500 toneladas de clementinas amparadas por la IGP.

Granada Mollar de Elche

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Ampara a 40 municipios de las comarcas alicantinas del Baix Vinalopó, L'Alacantí 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: La temporada de la granada mollar de Elche se extiende desde octubre hasta enero-febrero. Cada campaña se producen alrededor de 50.000 toneladas y, de ellas, las de categoría extra y I inscritas en el Consejo Regulador se comercializan con el sello de calidad. Concentran el 75% de la producción nacional, son los principales productores europeos de granadas y los primeros a nivel mundial en lo que se refiere a la variedad mollar. Cerca del 50% de la producción se destina al mercado nacional y el resto a exportación.

Kaki de la Ribera del Xúquer

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción protegida está integrada por 44 términos municipales de la comarca valenciana de la Ribera del Xúquer. El clima templado y el tipo de terrenos son los idóneos para el cultivo del kaki.

CARACTERÍSTICAS: La variedad adscrita a la DOP es la denominada Rojo Brillante. Se caracteriza por ofrecer un fruto de

forma oblonga y color rojo-anaranjado al concluir la maduración. El tamaño final del fruto es bastante variable en función de la cantidad de unidades por árbol. El arranque del fruto, siempre manual, comienza a primeros de octubre y finaliza en los últimos días de noviembre.

DATOS BÁSICOS: El número de agricultores inscritos asciende a 1.100, el de hectáreas a 1.040 y existen 21 empresas de comercialización. La producción media alcanza los 40 millones de kilos, de los que la DOP ampara algo más de 16 millones de kilos anuales. Del total amparado, algo más del 65% se destina a la exportación.

Melocotón de Calanda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona tradicional de cultivo engloba 45 municipios ubicados en la parte suoriental de la depresión del Ebro, entre las provincias aragonesas de Zaragoza y Teruel.

CARACTERÍSTICAS: Los melocotones amparados por la DOP Melocotón de Calanda son de la variedad autóctona del Bajo Aragón

"Amarillo tardío de Calanda" y sus clones seleccionados Jesca, Calante y Evaisa, producidos con la técnica del embolsado. El producto presenta una coloración externa amarillo paja con ligeros puntos o estrías rojas, con la carne adherida al hueso y un calibre mínimo de 73 milímetros.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 1.309 hectáreas de cultivo, 800 agricultores y 31 empresas, con una producción media anual de 35 millones de kilos de melocotón, de los que cerca de 2,6 millones se comercializan con DOP. Su presencia en los mercados se prolonga hasta el final de campaña.

Manzana Reineta del Bierzo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se localiza en la comarca del Bierzo, al noroeste de León. Las manzanas reinetas producidas en esta zona poseen una gran dureza y un equilibrio

entre acidez y dulzor muy característico.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de manzanas protegidas por la Denominación son la Reineta Blanca y la Reineta Gris. Las manzanas tienen un olor y aroma característicos de intensidad media, mezcla de olores y aromas nasales a ácido, hierba, manzana madura y vainilla.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritas 197 hectáreas, en las que se producen 5,5 millones de kilos. Se comercializan con la DOP, por 5 empresas de la provincia de León, una media de 3,7 millones de kilos al año.

Pera de Jumilla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por los terrenos correspondientes al término municipal de Jumilla, ubicada en la provincia de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: De pulpa blanca y jugosa, de sabor muy dulce y azucarado y ligeramente perfumadas. Es de color amarillo sobre fondo verde, con chapa rojiza en la cara soleada. Se comercializan en categoría Extra con diámetro superior a 58 milímetros y categoría Primera con un diámetro mayor a 52 milímetros.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida están inscritos 100 productores y la superficie de cultivo registrada es de 315 hectáreas. La producción media anual es de 6,5 millones de kilos, que son comercializados por 3 empresas envasadoras.

Nísperos de Callosa d'En Sarrià

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica amparada por la Denominación de Origen Protegida Nísperos de Callosa d'En Sarrià está constituida por 18 términos municipales de las comarcas de la Marina Baja y Valle del Algar-Guadalest, situadas en

el nordeste de la provincia de Alicante.

CARACTERÍSTICAS: Los nísperos se cultivan en suelos formados por tierras de aluvi3n, calizas de origen marino y sedimentos en fase de transici3n. Existen tres variedades principales: Algar y familia, Golden y Magdall. S3lo se comercializan con la etiqueta de DOP las categorías Extra y Primera.

DATOS BÁSICOS: La producci3n 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 a3o, de los que el 75% se destina al exterior.

Peras de Rinc3n de Soto

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producci3n protegida por esta Denominaci3n abarca 27 municipios entre Rioja Baja, Rioja Media y Rioja Alta. Estas tierras donde se cultiva, terrazas de los ríos Ebro, Cidacos, Alhama, Iregua y Najerilla, son zonas llanas, con buena ventilaci3n,

profundas, húmedas, permeables y sanas, sin presencia de cal o silíceo. Son frecuentes en estas tierras las nieblas en las primeras horas de la ma3ana, lo que favorece la aparici3n del russeting u oxidaci3n de la piel, muy apreciada en esta fruta.

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 denominaci3n de Origen de peras más antigua de España. Están inscritos 310 socios y 20 empresas comercializadoras y acogida una extensi3n de 1225 Ha. La producci3n anual es de 25 millones de kilos, de los que se envasan aproximadamente 15 millones. Su principal mercado es el espa3ol, exportándose aproximadamente un 6% de la producci3n.

Pera de Lleida

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



perade
lleida

Consell Regulador
de la Denominació
d'Origen Protegida

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de las peras de Lleida comprende toda la comarca del Pla d'Urgell y algunos municipios de las comarcas de Les Garrigues, La Noguera, El Segria y l'Urgell. Las particularidades del entorno natural de la zona repercuten en las singulares características de estas peras.

CARACTERÍSTICAS: La DOP protege el fruto de la especie *Pyrus communis* L., procedente de las variedades Limonera, Blanquilla y Conference, de las categorías Extra y Primera, destinado a consumo en fresco. Presentan un gusto característico debido a su alto nivel de azúcares, jugosidad y

flavor y aromas. En el caso de la variedad

Conference otro aspecto diferencial es el tipo de russeting, menos uniforme y más rústico, y su forma más redondeada. Todos estos aspectos diferenciales dotan a las peras de Lleida de unas cualidades organolépticas claramente diferenciables y apreciadas por el consumidor que garantizan su mayor satisfacción.

DATOS BÁSICOS: En el consejo regulador están inscritos unas 540 hectáreas, unos 200 productores y 3 empresas envasadoras.

Poma de Girona

(Manzana de Girona)



poma de
girona

Indicació geogràfica protegida

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, 75 productores y 3 cooperativas, que producen anualmente 60 millones de kilos de Manzana de Girona, de los cuáles 3.4 millones con IGP Poma de Girona.

Plátano de Canarias

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción es el archipiélago de las islas Canarias y está constituida por terrenos agrarios

por debajo de 500 m. sobre el nivel del mar. El archipiélago de las Canarias está formado por siete islas principales: El Hierro, La Gomera, La Palma, Tenerife, Fuerteventura, Gran Canaria y Lanzarote. El proceso de maduración y envasado de los plátanos amparados por la IGP Plátano de Canarias se podrá realizar fuera de la zona geográfica de producción.

CARACTERÍSTICAS: De forma oblonga, con una marcada curvatura, estrechándose en su parte de unión con el raquis. El 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 2020 se comercializaron 430.000 tn. de plátanos canarios, destinando el 99% al mercado español. Sin embargo, al ser muy reciente la aprobación de esta IGP (cuenta con la Protección Nacional Transitoria), todavía no se están comercializando bajo la Indicación Geográfica Protegida. Sin embargo, aspira a amparar en un futuro a toda la producción de plátanos de las islas Canarias.

Uvas de España

PROTECCIÓN NACIONAL



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de uvas amparadas por la DOP Uvas de España se extiende por una superficie de cultivo de 453 hectáreas en los términos municipales de Alhama de Murcia, Totana y Aledo en la Región de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: La uva de España es el fruto de la especie *Vitis vinifera*, procedente de la variedad Domingo, 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: La uva del Vinalopó crece protegida bajo un bolso de papel, que protege a los granos de las inclemencias meteorológicas lo que hace que estos desarrollen una piel mucho más fina al no tener que defenderse de las agresiones de la lluvia, el sol o el viento. Esta misma protección tamiza la exposición al sol, lo que produce uniformidad de color en los granos que componen cada racimo. La influencia del bolso permite, además, que la maduración se retrase unos treinta días, lo que potencia el sabor y la textura propios de cada una de las variedades. Actualmente, siete variedades de uva entran dentro de la DOP: Aledo, Ideal, Domingo, Doña María, Rosetti y Victoria en piel clara; y Red Globe, que tiene piel negra. Para identificarla, el consumidor tendrá que fijarse en los distintivos numerados de la DOP que acompañan e identifican los racimos amparados.

DATOS BÁSICOS: En la actualidad hay un total de 34 empresas comercializadoras inscritas y un total de 295 agricultores, que inscriben más de 40 millones de kg en un territorio amparado de casi 1.600 ha. Del total de la producción comercializada, el 60% se destina al mercado nacional y el 40% restante se exporta..

uva-vinalopo.org



La experiencia se lleva en la piel.

La Uva Embolsada del Vinalopó lleva 104 años demostrando que cuando cuidas, proteges y mimas una fruta, ella te lo agradece con un sabor único y una piel mucho más fina para que la disfrutes aún más.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HORTALIZAS

ANDALUCÍA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

ESPÁRRAGO DE HUÉTOR TÁJAR *
TOMATE DE LA CAÑADA *

ARAGÓN

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CEBOLLA FUENTES DE EBRO *

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/ *

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

BORRAJA

CANARIAS

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PAPAS ANTIGUAS DE CANARIAS

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

PATATA
TOMATE
PUERRO
PIMIENTO DE BLA

CASTILLA-LA MANCHA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

AJO MORADO DE LAS PEDROÑERAS *
BERENJENA DE ALMAGRO *
MELÓN DE LA MANCHA *

MARCA DE CALIDAD

CEBOLLA DE LA MANCHA

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PIMIENTO ASADO DEL BIERZO *
PIMIENTO DE FRESNO-BENAVENTE *

MARCAS DE CALIDAD

LECHUGA DE MEDINA
SETAS DE CASTILLA Y LEÓN
CASTAÑA DEL BIERZO
AJO DE VALLELADO
ESPÁRRAGO DE TUDELA DE DUERO

CATALUÑA

INDICACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CALÇOT DE VALLS *
PATATES DE PRADES (PATATAS DE PRADES) *

PRODUCCIÓN INTEGRADA

PRODUCTOS HORTÍCOLAS

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CHUFA DE VALENCIA *

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ALCACHOFA DE BENICARLÓ *

MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

PIMIENTO SOL DEL PILAR
TOMATA DE PEINAR

EXTREMADURA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

TOMATE PARA TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL
MAÍZ
BRÓCOLI
PUERRO
ESPÁRRAGO

GALICIA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PEMENTO DE HERBÓN *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

GRELOS DE GALICIA *
PATACA DE GALICIA * (PATATA DE GALICIA)
PEMENTO DA ARNOIA *
PEMENTO DE OÍMBRA *
PEMENTO DO COUTO *
PEMENTO DE MOUGÁN *

LA RIOJA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

COLIFLOR DE CALAHORRA *
ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/ *
PIMIENTO RIOJANO *

MARCAS DE GARANTÍA

CHAMPIÑÓN Y SETAS DE LA RIOJA *
ALIMENTOS DE LA RIOJA CALIDAD GARANTIZADA

MADRID

ALIMENTOS DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

AJO BLANCO DE CHINCHÓN
ESPÁRRAGOS DE ARANJUEZ
HORTALIZAS DE MADRID
MELONES DE VILLACONEJOS

MURCIA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

APIO
BRÓCOLI, COLIFLOR Y COLES
ESCAROLA
LECHUGA
MELÓN Y SANDÍA
PIMIENTO DE INVERNADERO
PIMIENTO PARA PIMENTÓN
TOMATE PARA CONSUMO EN FRESCO

NAVARRA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PIMIENTO DEL PIQUILLO DE LODOSA *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

ALCACHOFA DE TUDELA *
ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/ *

PAÍS VASCO

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

GERNIKAKO PIPERRA * (PIMIENTO DE GERNIKA)

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

ARABAKO PATATA (PATATA DE ÁLAVA)
IBARRAKO PIPARRAK (GUINDILLAS DE IBARRA)
EUSKAL TOMATEA (TOMATE DEL PAÍS VASCO)
EUSKAL LETXUGA (LECHUGA DEL PAÍS VASCO)
GERNIKAKO PIPERRA (PIMIENTO DE GERNIKA) *

MARCA DE GARANTÍA

EUSKAL BASERRI (PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DEL PAÍS VASCO)

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CC.AA. / *** Protección Nacional Transitoria / * Inscrita en el Registro de la UE

Ajo Morado de Las Pedroñeras

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, manipulación y envasado se localiza en 6.000 hectáreas de 227 localidades pertenecientes a las comarcas de La Mancha, Mancha Alta, Mancha Baja, Manchuela y Centro, todas ellas de las provincias de Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo, en

Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado protege los bulbos de la especie *Allium sativum* L., del ecotipo autóctono "Morado de Las Pedroñeras". El bulbo o cabeza del Ajo Morado de Las Pedroñeras tiene forma esférica o redonda y tamaño medio. Los dientes son de tamaño pequeño/medio, con forma de cruasán y carne de color blanco-amarillento. Presenta un fuerte olor y un gusto picante y estimulante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 2.000 hectáreas y 15 empresas comercializadoras.

Alcachofa de Benicarló

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida Alcachofa de Benicarló ampara la producción de alcachofas en la comarca norte de la provincia de Castellón, conocida como el Baix Maestrat; en los términos municipales de Benicarló,

Cálig, Peñíscola y Vinarós.

CARACTERÍSTICAS: Los terrenos de cultivo, con pendientes medias inferiores al 5%, están prácticamente a nivel del mar, aunque en las zonas periféricas del interior hay una cierta elevación. Ello da lugar a un microclima especial que hace que la variedad cultivada, la Blanca de Tudela en sus categorías Extra y Primera, adquiera una gran calidad.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritos unos 83 agricultores, 8 empresas comercializadoras en fresco y 7 industrias elaboradoras. La superficie protegida asciende a 361 hectáreas y la producción media anual ronda los 1,3 millones de kilos, de los cuales se comercializan bajo el marchamo de la denominación 370.000 kilos en fresco y 310.000 en conserva.

Alcachofa de Tudela

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de cultivo se extiende por 33 localidades de la Ribera de Navarra que constituyen el área de producción establecida, dentro de la Comunidad Foral.

CARACTERÍSTICAS: La alcachofa de Tudela es conocida como la

flor de la huerta de Navarra y únicamente se cultiva la variedad Blanca de Tudela, que se distingue por ser más redondeada y por tener un orificio circular en la parte superior. Las producciones se destinan tanto al mercado en fresco como a conservas, comercializándose en fresco con o sin tallo y en conserva enteras o en mitades. La alcachofa de Tudela es un producto natural que contiene sales de calcio y de potasio, minerales como hierro y fósforo, vitaminas y cinarina.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 758 hectáreas de cultivo, 86 agricultores, 8 comercializadores y 7 industrias elaboradoras. La producción media anual es de 3,3 millones de kilos, de los que el último año se certificaron 1,5 en fresco y 1,2 en conserva.

Berenjena de Almagro

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara una zona de producción y elaboración localizada en Ciudad Real, en los términos municipales de Aldea del Rey, Almagro, Bolaños, Calzada de Calatrava, Granátula de Calatrava y Valenzuela de Calatrava.

CARACTERÍSTICAS: La berenjena de Almagro es la de mejor calidad entre las variedades de la especie *Solanum melongena*, y se cultiva con métodos tradicionales. En el proceso de elaboración se cuece, fermenta, aliña y envasa con todas las garantías. Las presentaciones comerciales amparadas son: aliñadas, embuchadas con pimiento natural, embuchadas con pasta de pimiento y troceadas.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita en el Consejo Regulador es de 47 hectáreas, todas sembradas, y 35 agricultores. La producción de berenjena en conserva protegida es de 2,5 millones de kilos anuales. Las 5 empresas inscritas comercializan 1,8 millones de kilos al año con la Indicación Geográfica Protegida.

Calçot de Valls

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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 unas 50 plantaciones y 3 empresas exclusivamente comercializadoras, con una producción de 1,8 millones de kilos de Calçot de Valls al año.

Chufa de Valencia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Ampara la producción de chufa de 550 hectáreas de 19 términos municipales de la comarca valenciana de l'Horta Nord.

CARACTERÍSTICAS: La chufa de Valencia se cultiva en terrenos franco-arenosos y clima templado. Aunque se puede consumir

en fresco, su destino más habitual es la elaboración de horchata. Este refresco posee apreciadas propiedades nutritivas y saludables. Además, también la Generalitat valenciana tiene una Denominación de Calidad para la Horchata de Chufa de Valencia.

DATOS BÁSICOS: La producción de chufa seca asciende a unas 4.500 Tm de chufa, de la que está amparada más del 90%. La producción de horchata amparada se sitúa entre 30 y 35 millones de litros anuales. En el Consejo figuran inscritos 360 productores y 21 envasadores y comercializadores de Chufa de Valencia y 37 elaboradores de Horchata de Chufa de Valencia.

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.

Coliflor de Calahorra

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca una extensión de 2.200 hectáreas en los términos municipales de Aguilar del Río, Alhama, Alcanadre, Aldeanueva de Ebro, Alfaro, Arnedo, Autol, Calahorra, Cervera de Río Alhama,

Pradejón, Quel y Rincón de Soto.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades elegidas, el clima y el suelo son tres factores fundamentales que se conjugan en La Rioja para conseguir un producto de máxima calidad. La coliflor protegida tiene un índice de compacidad superior al 0,5, de color blanco a blanco cremoso en función de la variedad, con ausencia de granulosidad y de hojas verdes turgentes y bien formadas. Su diámetro mínimo es de 11 cm.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador ampara la coliflor de categorías Extra y Primera, en estado fresco o transformado. En el registro están inscritos 72 productores y 170 hectáreas de cultivo. La producción alcanza una media anual de 4 millones de kilos, de los que 6 industrias comercializan una media anual de 6.000 kilos con IGP.

Espárrago de Huétor Tájar

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción y elaboración se ubica en la zona occidental de la Vega de Granada y cuyos términos municipales son: Huétor Tájar, Illora, Loja, Moraleda de Zafayona, Villanueva de Mesía y Salar.

CARACTERÍSTICAS: Los espárragos proceden de las variedades de Huétor Tájar tetraploides, muy similares a los espárragos trigueros silvestres. El porte del turión es delgado, el color verde-morado, el sabor es amargodulce y presenta un intenso aroma. Se comercializan tanto en fresco como en conserva.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene registradas 105 hectáreas de plantaciones de cultivo, y una empresa de Huétor Tájar comercializadora del producto en fresco y en conserva. El volumen de producto elaborado al amparo de la IGP ascendió en el último año a 250.000 kilos.

Espárrago de Navarra

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La superficie amparada por la Indicación Geográfica Protegida comprende una amplia zona de producción: 188 municipios del valle medio del río Ebro, en su mayor parte del sur de Navarra, junto a zonas colindantes de La Rioja y Aragón.

CARACTERÍSTICAS: El espárrago de Navarra es de coloración blanca, suave textura y fibrosidad escasa o nula. La IGP comercializa exclusivamente espárrago blanco, en distintas presentaciones y formatos, y bajo dos formas de elaboración: en fresco (pelado o no) y en conserva.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita asciende a 1.749 hectáreas repartidas entre Navarra, Aragón y La Rioja. En los registros del Consejo Regulador están inscritos más de 490 agricultores y 45 empresas. La producción certificada asciende a unos 4,4 millones de kilos, de los que 4,25 se certifican en conserva y el resto en fresco.

Grelos de Galicia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, transformación y envasado se extiende a todos los municipios de Galicia.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado por la IGP Grelos de Galicia se define como la parte vegetativa de la especie Brassica rapa L., var. rapa de las variedades cultivadas autóctonas y de las comerciales Grelos de Santiago y Globo blanco de Lugo destinados al consumo humano. De color verde intenso, más acentuado a medida que la planta se aproxima al momento de floración. Sabor ligeramente ácido, combinado con cierto amargor. Se comercializan en fresco, en los tradicionales manojos de pesos aproximados de 0,5 kg. o 1 kg. congelados o en conserva (elaborados al natural).

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 165 productores, 6 operadores comercializadores en fresco y 2 industrias de procesado. En el año 2018 se alcanzaron 52.195 kilos de producto fresco y 105.126 kilos en conserva amparado por la IGP.

Melón de La Mancha

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción de los melones amparados por la IGP está constituida por 13 municipios de la comarca

La Mancha, todos ellos de la provincia de Ciudad Real, con una superficie protegida de unas 300 hectáreas.

CARACTERÍSTICAS: La IGP ampara el melón de la variedad Piel de Sapo, que se distingue por sus características de frescura, sabor y dulzor, muy apreciadas por el consumidor. El melón de La Mancha es diferente al de otras comunidades por las condiciones agroecológicas y edafoclimáticas en las que se cultiva, junto a su grado de azúcar (13° brix) y su peso (entre 1,8 y 4 kg.) que le confieren una calidad sin comparación.

DATOS BÁSICOS: En la Asociación para la Promoción del Melón de La Mancha están inscritas 9 empresas (4 cooperativas y 5 empresas privadas), y más de 1.500 productores, con una producción total de aproximadamente 120 millones de kilos, de los que cerca del 3% se comercializa con IGP.

Pataca de Galicia

(Patata de Galicia)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: LEI área de producción y envasado del producto amparado por la indicación geográfica protegida abarca la Comunidad Autónoma de Galicia. La superficie cultivada con estas variedades y que tiene como destino el mercado se estima en unas 1350 ha.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado por la Indicación Geográfica Protegida (IGP) "Pataca de Galicia" o "Patata de Galicia" se define como los tubérculos de la especie *Solanum tuberosum* L., de las variedades cultivadas "Kennebec", "Agría" y "Fina de Carballo", destinados al consumo humano. Las características morfológicas y su color varían en función de la variedad de que se trate:

Kennebec: forma redonda a oval, ojos muy superficiales, color de la piel amarillo claro y color de la carne blanco.

Agría: forma oval alargada, ojos muy superficiales, color de la piel y carne amarillo

Fina de Carballo: forma redondeada, ojos profundos, color de la piel amarillo claro y color de la carne blanco.

En el apartado referente a sus características analíticas, éstas deben cumplir:

- Contenido en materia seca superior al 18%.
- Contenido en azúcares reductores inferior al 0,4%.

DATOS BÁSICOS: Hay 79 productores inscritos y 10 empresas comercializadoras. En la campaña 2019/2020 se certificaron 6.400.000 kg.

Patates de Prades

(Patatas de Prades)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de la patata de consumo protegida abarca una extensión de 125 hectáreas de los municipios de Prades, Capafonts, La Febró i Arbolí, todos ellos de la comarca del Baix Camp en la

provincia de Tarragona.

CARACTERÍSTICAS: La variedad protegida es la Kennebec, con carne de color blanquecino, textura consistente, sabor dulce y olor ligeramente acastañado. Estas patatas, que presentan un calibre comprendido entre 40 y 80 milímetros, se recolectan pasados quince días de la muerte natural de la planta, momento a partir del cual se ha completado la formación de la piel.

DATOS BÁSICOS: En la actualidad existen 11 plantaciones inscritas destinadas al cultivo de patatas de Prades, que en 2022 produjeron 34 toneladas 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: En la DOP están inscritos 25 productores y 9 almacenistas/envasadores con una superficie inscrita de 21,5 Ha las cuales comercializan unos 86.000Kg de pimiento certificado.

Pemento de Oímbra

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por la totalidad de la comarca orensana de Verín.

CARACTERÍSTICAS:

Los pimientos amparados por la Denominación de Origen Protegida son los frutos pertenecientes al ecotipo de la especie *Capsicum annuum* L., cultivado tradicionalmente en la zona de producción. La especificidad del pimiento de Oímbra proviene de una conjunción de muchos factores, entre los que están el material vegetal, la tierra y el microclima de los valles productores. El pimiento de Oímbra encuentra en estos valles condiciones edafológicas y climáticas idóneas, adaptándose muy bien su cultivo a las pequeñas explotaciones existentes.

DATOS BÁSICOS: En la DOP están inscritos 13 productores y 2 envasadores con una superficie inscrita de 13 Ha las cuales comercializan unos 4.910 Kg de pimiento certificado.

Pemento do Couto

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por la totalidad de la comarca coruñesa de Ferrol. El nombre de la denominación, O Couto,

es un nombre geográfico que se corresponde con el lugar donde se ubica el monasterio conocido popularmente por ese mismo nombre, al que se vincula el inicio de la selección y cultivo de estos pimientos.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos amparados por la Denominación de Origen Protegida son los frutos de la familia de las solanáceas, especie *Capsicum annuum* L., ecotipo local conocido por ese mismo nombre. El pimiento de O Couto es un ecotipo local cultivado desde tiempos inmemoriales por los agricultores de la comarca de Ferrol.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de cultivadores, empresas y producto comercializado.

Pimiento Asado del Bierzo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de cultivo se localiza en 17 municipios de la comarca del Bierzo, al noroeste de la provincia de León. Las cotas de cultivo oscilan entre los 400 y los 700 metros. El clima es mediterráneo.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos son de forma triangular alargada, ápice en punta

roma, con 3 lóbulos como máximo y una carne de espesor medio. La recolección se realiza manualmente y de forma escalonada en varias pasadas. Una vez asado se realiza el proceso de descorazonado, pelado y eliminación de semillas, de forma manual y artesana, sin que en ningún momento los frutos sean sumergidos en agua o soluciones químicas.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas 9,7 hectáreas de cultivo, 16 agricultores y 8 empresas elaboradoras. La producción media anual es de 70.913 kilos y 70.000 unidades certificadas.

Pimiento de Fresno-Benavente

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción agrícola se sitúa al noroeste de Castilla y León, ocupando 33 municipios del sureste de la provincia de León, 55 municipios del norte de Zamora y un municipio de Valladolid.

CARACTERÍSTICAS: Es el fruto de la planta de pimiento *Capsicum annuum* L., del ecotipo o variedad local "de Fresno", fruto de una selección del pimiento tipo "morro de vaca" o "morrón" para su consumo en fresco. Es un pimiento grande, entre otras características su peso unitario es superior a 300 gramos, forma rectangular más alto que ancho, anchura mínima 10 centímetros, espesor de la carne superior a 8 mm. y presenta 3, 4 ó 5 lóbulos. Los niveles de potasio son menores de 3 g./100g. Es muy jugoso y de piel poco dura. Su sabor es de dulce 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, Mungia y Busturia, en la provincia de Vizcaya.

CARACTERÍSTICAS: El pimiento de Gernika pertenece a la variedad local Pimiento de Bizkaia, resultado de la adaptación a las condiciones climáticas de la zona que ha experimentado la especie originaria de América. Su color es verde intenso y su forma alargada y puntiaguda. Presenta un pedúnculo largo y su tamaño oscila entre los 6 y los 9 centímetros. Al paladar su carne resulta fina y suave, y no pica. En el mercado aparece envasado en bandejas de plástico de 12 unidades.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta DOP, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Pimiento Riojano

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de pimiento protegido abarca una extensión de 25 hectáreas en los municipios de la comarca de Nájera y en la localidad de Alfaro, en la Comunidad Autónoma de La Rioja. La IGP ampara tanto la

producción en fresco como la destinada a conserva.

CARACTERÍSTICAS: La variedad protegida es la del pimiento Najerano, de fruto grueso y largo, de 16-18 centímetros de longitud, 8 milímetros de grosor y 200-300 gramos de peso. De color rojo intenso, con forma cónica y acabada en pico, de superficie rugosa, carne fina y no pican. Su sabor 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 140 hectáreas –casi la mitad en el municipio de Mendavia–, 77 agricultores y 12 empresas elaboradoras. La comercialización con Denominación de Origen asciende a 1,31 millones de kilos anuales.

Tomate de La Cañada-Níjar

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El tomate La Cañada-Níjar es cultivado en los términos municipales de Almería, Níjar, Viator, Pechina, 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 *

PRODUCCIÓN INTEGRADA

FRUTOS SECOS

EXTREMADURA

FRUTOS SECOS

CACAHUETE

LA RIOJA

MARCA COLECTIVA

NUEZ DE PEDROSO

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

Castaña de Galicia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito geográfico de producción de la indicación geográfica protegida Castaña de Galicia comprende el territorio de la Comunidad Autónoma de Galicia delimitado al oeste por la Dorsal Galega y por la Serra do Xistral hacia el norte.

CARACTERÍSTICAS: Las principales características generales de la castaña gallega destacan por su pericarpio fino, de color marrón claro y brillante, un epispermo (membrana) fino que penetra ligeramente en la semilla y que se separa fácilmente al mondar la castaña, con un sabor dulce y textura firme no harinosa su fruto cuenta con una humedad una vez recolectado entre el 50 y el 60% de humedad.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos 143 productores, 9 envasadores, 6 industrias de procesado que cuentan con una superficie sementada de 1.040 hectáreas y con una producción de castaña certificada de unos 240.902kg, con un valor económico de 555.940 Euros.

Avellana de Reus

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

El ámbito amparado por la Denominación de Origen Protegida comprende las comarcas de Tarragona de Baix

Camp, Alt Camp, Tarragonès, Priorat, Conca de Barberà y Terra Alta.

CARACTERÍSTICAS: Las avellanas de Reus pertenecen a las variedades Negreta, Pautet, Gironella, Morella y Culplana. De todas ellas la variedad más cultivada es la Negreta. Los frutos secos se presentan en tres tipos: avellanas con cáscara, con un diámetro de 16 a 18 milímetros, y avellanas en grano y tostadas, con un calibre mínimo de 11 milímetros en ambos casos. Las avellanas amparadas por la Denominación de Origen Protegida pertenecen a la categoría Extra.

DATOS BÁSICOS: En el área amparada por la Denominación de Origen Protegida se incluyen 8.000 hectáreas, unos 1350 productores y 12 industrias elaboradoras, que en el 2022 comercializaron 184.000 kilos de avellana amparada por la DOP.

Pasas de Málaga

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La superficie protegida se encuentra próxima a las 1.800 hectáreas de viñedo, repartidas entre 32 municipios de la comarca de La Axarquía

y 3 de la comarca de Manilva, todos ellos en la provincia de Málaga.

CARACTERÍSTICAS: Las pasas de Málaga son un producto de carácter y elaboración tradicional. Prácticamente el 100% de la producción corresponde a uva Moscatel, que es la variedad que mejor se adapta al proceso de pasificación. Por cada 3 kilos de uvas se obtiene uno de pasas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 1.200 agricultores y 6 empresas envasadoras. La producción media anual es de los que 150.000 kilos que se comercializan con Denominación de Origen Protegida Pasas de Málaga.

LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS



Por su importancia económica y social, la leche es una de las principales producciones ganaderas de España. Aproximadamente el 75% de la producción láctea nacional corresponde a la producción de leche de vaca; el 13% a la de oveja y el 12% a la de cabra.

Además de estas tres producciones principales, existe también una muy minoritaria de leche de búfala, que en otros de la Unión Europea, como es el caso de Italia, está muy extendida.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, a efectos de calcular la renta agraria anual, en 2022 la producción de leche disminuyó en volumen un 2,7% respecto a 2021, rompiendo así con siete años consecutivos de incrementos.

Al mismo tiempo que la producción caía, los precios medios (a efectos de la renta) subieron de media un 28,5% (también habían aumentado en los cinco años precedentes), con lo que el valor generado por esta producción ganadera fue superior en un 25% al de un año antes.

La producción de leche de vaca, oveja y cabra en 2022 supuso el 17,1% de la Producción Final Ganadera total y el 6,8% de la Producción Final Agraria, porcentajes en ambos casos superiores a los de 2021.

El valor generado por este subsector ascendió a 4.296,9 millones de euros a precios básicos, 860,4 millones más que un año antes, cuando el valor generado también creció.

Finalmente, la producción de leche total (vaca, cabra y oveja) se elevó a 8,26 millones de toneladas, un 2,3% menos que en el año anterior. De este volumen, 7,3 millones de toneladas fueron leche de vaca.

LECHE EN LA UE

La Unión Europea es un importante productor mundial de leche y productos lácteos. En mayor o menor medida, todos los países comunitarios tienen su producción de leche, pero los principales productores son Alemania, Francia, Polonia, Holanda, Italia y España.

LENCE

Río
DE GALICIA

LEYMA
NATURA



Alimenta tu espíritu de superación



420

Empleos directos



2.600

Empleos indirectos



450

Ganaderos



07

Marcas propias



03

Centros de producción

Estos seis países juntos representan casi el 70% de la producción de la UE.

El grueso de la producción láctea comunitaria procede de las vacas, aunque también cuentan con producciones minoritarias de leche de cabra, oveja y búfala.

La producción láctea en la UE representó en 2022 cerca del 14,5% de la Producción Final Agraria y del 34,3% de la Producción Final Ganadera comunitaria. El lácteo es el subsector ganadero que más aporta a la PFA (unos 77.837 millones de euros en 2022).

Por su parte, ese año la producción total de leche (vaca, cabra, oveja y búfala) ascendió a casi 149,84 millones de toneladas, un volumen superior al del año precedente. El grueso de esta producción correspondió a la leche de vaca.

LECHE DE VACA

Tras la salida del Reino Unido de la Unión Europea, España ha pasado a ser el sexto país comunitario en producción de leche de vaca.

En 2022, España contaba de 809.987 vacas de ordeño, cifra superior en casi 1.000 animales a la del año precedente. El mayor censo de vacas lecheras está en Galicia (41,2% del total), seguida de Castilla y León (11%) y Cataluña (8,7%). También son importantes a nivel nacional las cabañas de vacas lecheras de Cantabria (8,6%), Asturias (8,1%) y Andalucía (7%).

Al finalizar 2022, había registrados 10.665 ganaderos de vacuno lechero con entregas declaradas de leche, lo que supuso un notable descenso con relación al año anterior. La cifra de ganaderos lácteos en vacuno no ha dejado de caer desde 2016.

Las entregas de leche de vaca cruda a las industrias ascendieron en 2022 a 7,32 millones de toneladas, un 2,1% menos que en el año anterior. En los cinco años previos se produjeron crecimientos de la producción de leche de vaca, tras la eliminación del régimen de cuotas lácteas.

La comunidad que más entregas realizó a la industria láctea en 2022 fue Galicia (40,6%), seguida de Castilla y León (12,6%), Cataluña (10%), Asturias (7,3%), Andalucía (7,5%), Cantabria (5,6%), Castilla-La Mancha (3,9%), Navarra (3,4%) y Aragón (2,4%).

Además, en 2022 hubo también una pequeña cantidad de leche de vaca que se vendió directamente al consumidor o a elaboradores de productos lácteos en la explotación.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
VACUNO*	7.405	7.477,2	7.323,6
OVINO*	508,2	511,43	502,9
CAPRINO*	468,6	469,41	437,3
TOTAL	8.382	8.458	8.264

FUENTE: MAPA.*Entregas declaradas por los compradores.

PRINCIPALES PRODUCCIONES CON LECHE DE VACA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
PRODUCTO	AÑO	MUNDO	UE	ESPAÑA
QUESOS DE LECHE DE VACA (No incluye datos del queso de mezcla)	2020	21.525	9.343	189
	2021	22.051	9.513	201
	2022	22.167	9.474	186
MANTEQUILLA	2020	11.153	2.138	44
	2021	11.256	2.076	34,1
	2022	11.397	2.069	25,5
LECHE CONCENTRADA	2020	4.606	1.035	47
	2021	4.621	993	50
	2022	4.461	954	70,9
OTRAS LECHE EN POLVO	2020	4.835	1.533	23
	2021	4.759	1.436	14,9
	2022	4.655	1.475	27,4

FUENTES: USDA, FAO, EUROSTAT y MAPA

PRODUCCIONES DE LECHE DE VACA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	539.662	545.196	544.149
UE	144.148	144.406	144.396
ESPAÑA	7.405	7.477,2	7.323,6

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA. Datos de entregas a industria

LECHE DE VACA EN LA UE Y EN EL MUNDO

En la Unión Europea, la producción de leche de vaca es la más importante dentro del sector lácteo, que a su vez es el sector que más aporta a la producción ganadera total.

El tamaño de los rebaños de granjas y lecherías en los distintos países varía enormemente, al igual que los rendimientos. Sin embargo, a medida que el sector lácteo se ha ido desarrollando en toda la UE, las variaciones en el rendimiento y otros factores técnicos se han reducido, pues los productores lácteos menos desarrollados están alcanzando rápidamente a los que se habían reestructurado y modernizado primero.

El censo de vacas lecheras en la UE en 2022 rondaba los 20,1 millones de cabezas. La cabaña más numero-

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE VACA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	580,6	574,7	552,7
ARAGÓN	169,4	177,6	176,3
ASTURIAS	570,8	566,8	534,23
BALEARES	48,7	44,5	39,5
CANTABRIA	440,6	436,85	408,13
CASTILLA-LA MANCHA	275,1	278,29	283,73
CASTILLA Y LEÓN	927,4	930,27	922,86
CATALUÑA	758,8	750,78	735,21
COMUNIDAD VALENCIANA	82,7	81,23	75,9
EXTREMADURA	26,6	22,16	18,67
GALICIA	2.895,8	2.988,34	2.971,52
LA RIOJA	25,3	27,32	26,56
MADRID	62,3	62,35	55,8
MURCIA	66	63,8	61,9
NAVARRA	254,2	255,76	251,7
PAÍS VASCO	172,8	170	159,7
OTRAS CC.AA	48	46,2	49
TOTAL ESPAÑA	7.405	7.477,2	7.323,6

FUENTE: MAPA

sa era la de Alemania (3,8 millones), seguida de Francia (3,2 millones).

Por su lado, la producción comunitaria de leche de vaca total se situó finalmente en 144,4 millones de toneladas, ligeramente por debajo de la producción de 2021. En los últimos años la producción comunitaria de leche de vaca se ha incrementado gracias a la mejora de los rendimientos por explotación.



La producción de leche ecológica en la UE es todavía muy minoritaria, aunque va creciendo de año en año. El país con mayor producción ecológica de leche de vaca es Alemania (900 millones de litros anuales), seguido de Francia.

A nivel mundial, la producción de leche de vaca se elevó en 2022 a cerca de 544,15 millones de toneladas, un volumen inferior en un 0,2% al del año precedente, según los datos del gobierno norteamericano (USDA).

Además de la Unión Europea, que produce en torno al 25% del total, otros países con gran producción son Estados Unidos, India, Brasil y China.

También son grandes productores de leche Rusia, Nueva Zelanda, México y Australia. En el mundo, tras la producción de leche de vaca la segunda en importancia es la de búfala.

BALANZA COMERCIAL

Dentro del sector lácteo, 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 conjunto, el volumen exportado disminuyó un 6% respecto a la cifra del año anterior y el importado aumentó un 18%.

De acuerdo con los datos del Departamento de Aduanas, las importaciones de productos lácteos en el año 2022 ascendieron a 825.840 toneladas, mientras que las exportaciones alcanzaron las 515.350 toneladas. La mayor partida en volumen tanto dentro de las importaciones, como de las exportaciones, fueron los quesos, seguidos del yogur.

Con estos datos, la balanza comercial tuvo un saldo negativo de 310.490 toneladas, muy superior al saldo también negativo del año anterior.

Los destinos de estas exportaciones fueron principalmente estados miembros del entorno europeo como Francia, Portugal, Italia o países extracomunitarios como China. Por su lado, los productos más importados procedieron principalmente de Francia, Alemania, Países Bajos y Portugal.

LECHE DE OVEJA Y DE CABRA

Las producciones de leche de oveja y cabra en 2022 representaron en torno a un 26% del valor de la producción láctea nacional, lo que supuso un total de

1.100 millones de euros generados a efectos de calcular la renta agraria. De este valor, cerca del 55% lo aporta la producción de leche de oveja.

La producción de leche de oveja se elevó a 502.900 toneladas (datos de entrega a industria por parte de los ganaderos, según el Ministerio de Agricultura), un 2% menos que el año anterior. Asimismo, la de leche de cabra quedó en 437.300 toneladas, también por debajo del volumen entregado a industria un año antes (un 7%).

A estas producciones entregadas a las industrias habría que sumar un volumen comercializado directamente por los ganaderos, que no llega a las 40.000 toneladas en total, entre leche de oveja y cabra.

Por comunidades, las que más leche de oveja produjeron fueron Castilla y León (55,3%), Castilla-La Mancha (33,5%), Navarra (3,3%) y Andalucía (2,3%). Por su lado, las que más leche de cabra sacaron al mercado nacional fueron Andalucía (46,5% del total), Castilla-La Mancha (15,9% del total), Murcia (11,3%) y Extremadura (8,3%).

El número de ovejas destinadas exclusivamente al ordeño fue de 2 millones de animales en 2022 y el de cabras 1,2 millones de cabezas, según datos del censo publicado por el Ministerio de Agricultura. En el caso de los censos, los porcentajes no coinciden exactamente con los de las entregas porque hay ganaderos que llevan la leche a industrias de otras regiones distintas a la suya.

En torno al 10% de la leche de oveja se destina a la elaboración de quesos artesanales en las propias explotaciones y el 90% restante pasa a la industria. Asimismo, también la 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 industriales.

LECHE DE CABRA Y OVEJA EN LA UE

La producción comunitaria de leche de cabra y oveja en 2022 quedó en torno a los 5,45 millones de toneladas. De este volumen, la leche de cabra aportó 2,4 millones de toneladas, con Francia como primer país productor, por delante de España y Países Bajos. La producción española representó el 17% de la comunitaria.

Por su lado, la producción de leche de oveja exclusivamente se situó en torno a 2,9 millones de toneladas, con un ligero descenso respecto a 2021. Es-

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE CABRA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	212,3	218	203,18
ARAGÓN	0,97	0,98	0,75
CANARIAS	30,5	29,2	27,8
CASTILLA Y LEÓN	29,36	29,34	28
CASTILLA-LA MANCHA	78,7	75,8	69,5
CATALUÑA	5,2	5,2	4,7
COMUNIDAD VALENCIANA	10,4	10,17	8,8
EXTREMADURA	38,6	38,18	36,4
LA RIOJA	1,3	1,33	1,25
MADRID	7	7,22	4,46
MURCIA	51,3	50,76	49,3
OTRAS CCAA	2,97	3,23	3,19
TOTAL ESPAÑA	468,6	469,41	437,33

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	21.024	20.725,3	20.525
UE	2.533	2.500,1	2.470
ESPAÑA	468,6	469,41	437,3

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA. Datos de entregas a industria

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE OVEJA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	5,5	5,3	11,49
ARAGÓN	3,8	3,93	3,53
CANARIAS	0,45	0,56	0,55
CASTILLA Y LEÓN	286,2	284,65	278,3
CASTILLA-LA MANCHA	162,3	166,17	168,4
CATALUÑA	0,89	1	1
EXTREMADURA	10,9	10,95	9,82
LA RIOJA	0,85	0,86	0,77
MADRID	12,5	12,6	3,48
NAVARRA	15,5	15,9	16,9
PAÍS VASCO	5,2	5,26	4,7
OTRAS CCAA	4,11	4,25	4,02
TOTAL ESPAÑA	508,2	511,43	502,96

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	10.478,2	10.504,5	10.490
UE	2.986,2	2.985,5	2.980
ESPAÑA	508,2	511,43	502,9

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA. Datos de entregas a industria



paña que es el cuarto país de la UE por su censo de ovejas lecheras, fue el segundo país productor (18% del total), por detrás de Grecia.

En la UE, la producción media anual de leche por cabra productiva puede estimarse en 250-260 litros, si bien en países como Francia la productividad es mucho mayor que la media.

QUESOS EN ESPAÑA

Desde tiempos inmemoriales, para poder aprovechar y conservar mejor la leche se han buscado alternativas que van desde su transformación en quesos, yogures o cuajadas, al uso de las más modernas técnicas industriales, basadas en la aplicación de procedimientos químicos o físicos para retrasar el inicio de la actividad de los microorganismos en la leche líquida.

Para la elaboración de un kilo de queso de vaca se necesitan entre 9-10 litros de leche, mientras que para hacer un kilo de queso de cabra o de oveja, el volumen de leche necesario es algo menor.

En España, la producción de queso puro de leche de vaca (sin mezclar con otras leches) en 2022 disminuyó hasta situarse en 186.000 toneladas. A la produc-

ción de queso de vaca, que aporta casi el 45% del total, hay que añadir la producción de quesos de oveja, cabra o mezcla de distintas leches. En este sentido, anualmente se producen 70.000 toneladas de queso puro de oveja, así como también 55.000 toneladas de queso puro de cabra, el 30% y el 26% del total comunitario respectivamente. A estas cantidades habría que sumar la producción de queso de mezclas.

La leche de oveja es un alimento de gran valor nutricional, con una composición muy rica en proteínas, minerales (calcio, magnesio, zinc y fosfatos), vitaminas (A, B1, B2, B12, D, C, retinol, folato y niacina), ácidos grasos y aminoácidos esenciales.

Para elaborar un queso de oveja o de cabra se necesitan entre 5-7 litros de leche. Los quesos pueden ser frescos o pueden someterse a maduración, con lo que se producen quesos semicopados, curados, anejos y viejo

El queso de oveja es muy rico en materia grasa (un 37%) y aporta mucha energía. Tiene un 26% de proteínas y un alto contenido en minerales, especialmente calcio y fósforo. Resulta ideal para el crecimiento óseo y la prevención de la osteoporosis. También es rico en vitaminas del grupo B, A, D y E.

Por su lado, el queso de cabra contiene bajos niveles de sodio y aporta más calcio y proteínas que el queso de vaca. Es también más fácil de digerir porque contiene menos lactosa y caseína. Sus características hacen que el queso de cabra sea un alimento que ayuda a la prevención de la osteoporosis, la anemia, la presión arterial y los problemas respiratorios, ya que genera menos mucosas.

QUESOS EN LA UE

En la Unión Europea, el consumo de quesos per cápita se estimó para 2022 en 20,9 kilogramos al año, algo más que en el año anterior. Teniendo en cuenta todas las producciones (vaca, cabra, oveja, mezclas de leche y búfala), el primer país productor de quesos es Alemania (22% del total), seguido de Francia e Italia.

La producción de quesos puros de vaca se elevó en 2022 a 9,47 millones de toneladas, un 0,4% menos que en el año anterior, y a nivel mundial, la producción se acercó los 22,1 millones de toneladas, según datos del departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA).

Además de la UE, que produce más de la mitad del total mundial, otros países con gran producción de quesos de vaca son Rusia, Brasil y Argentina.

En cuanto al resto de los quesos, en la UE se producen también quesos puros de leche de oveja, cabra y búfala, así como también con mezcla de leches. Según datos de la Comisión Europea, en 2022 la producción de estos quesos alcanzó las 961.000 toneladas, un volumen inferior al producido un año antes en 5.000 toneladas. De la producción total, unas 250.000 toneladas son quesos de oveja que se producen principalmente en Italia, España y Francia; otras 210.000 toneladas son quesos de cabra puros (con Francia como principal productor) y el resto son quesos de búfala o de mezcla de leches. Además de estos países, también sobresale Grecia por su producción de este tipo de quesos.

A nivel mundial, la producción de queso de oveja supera al año las 650.000 toneladas y además de la UE, son grandes productores países como China o Turquía. Igualmente, la producción mundial de queso de cabra supera las 570.000 toneladas y entre los países con gran tradición productora están Uzbekistán, Nigeria, Sudán o México, además de la UE.

OTROS PRODUCCIONES LÁCTEAS

Además de los quesos, con las distintas leches se elaboran también otras producciones lácteas de importancia económica. Una de las más demandadas es la mantequilla, que 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 2022 se produjeron en España 25.500 toneladas de mantequilla (muy por debajo de la producción del año anterior, que superó las 34.000 toneladas), así como también 70.900 toneladas de leche concentrada y 27.400 toneladas de otras leches en polvo.

A partir de la leche de vaca se obtienen, además, otros productos como la nata de consumo directo o los yogures (que también se producen con otras leches distintas, aunque en menor volumen). En 2022 se fabricaron, según datos del Ministerio de Agricultura, un total de 181.300 toneladas de nata de consumo directo (muy por debajo del volumen del año anterior) y también 981.700 toneladas de yogures (un 32% más que en 2021).

Asimismo, se producen helados, postres lácteos, batidos de leche, flanes, natillas, leches preparadas y enriquecidas, etc.

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS (Miles de toneladas)

EXPORTACIONES	2020	2021	2022
LECHE LÍQUIDA ENVASADA	63	62,3	59,2
LECHE LÍQUIDA A GRANEL	44,5	47,6	40,3
YOGUR	140,4	159,6	157,8
QUESOS y REQUESÓN	106,9	113,02	117,15
NATA	85,5	74,6	61,8
MANTEQUILLA	7,9	10,7	19,8
LECHE EN POLVO	21,7	27,8	12,9
OTROS PRODUCTOS	54,3	52,9	46,4
IMPORTACIONES	2020	2021	2022
LECHE LÍQUIDA ENVASADA	53,6	65,4	29,17
LECHE LÍQUIDA A GRANEL	61,4	50,9	85,6
YOGUR	157,6	153,97	169,6
QUESOS y REQUESÓN	304,7	312	368,4
NATA	23,4	13,9	45,3
MANTEQUILLA	20,6	21,8	31,47
LECHE EN POLVO	76,4	66,14	75,6
OTROS PRODUCTOS	14	18,56	20,7

FUENTE: DG Aduanas y FENIL

Finalmente, la industria de la bollería y la pastelería utilizan leche, suero, nata y mantequilla para la elaboración de galletas dulces, bollos, chocolates y numerosos productos derivados de la leche.

Como en el caso de España, buena parte de la producción de leche en la Unión Europea se destina a la producción de derivados lácteos.

La producción comunitaria de mantequilla alcanzó en 2022 algo más de 2 millones de toneladas (menos cantidad que en 2021), mientras que la de leche concentrada ascendió a 954.000 toneladas, también un volumen menor que un año antes.

También se produjeron en la UE algo más de 7,55 millones de toneladas de yogures y similares (algo menos que en 2021), así como también importantes cantidades de nata y otros productos lácteos.

Finalmente, en todo el mundo, la producción de mantequilla superó en 2022 los 11,4 millones de toneladas, por encima del año anterior, de las cuales India produjo 6,5 millones de toneladas y 500.000 toneladas en Nueva Zelanda. ■

LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS

La industria láctea absorbió en 2022 casi 8,26 millones de toneladas de leche de origen español, de las cuales el 88,6% era de vaca, el 6,1% de oveja y el 5,3% de cabra. Con respecto al año anterior, aumentó el porcentaje de leche de vaca y disminuyó el de leche de cabra, según los datos de la Federación Española de Industrias Lácteas (FENIL).

De la producción total de la industria láctea en 2022, un total de 3,4 millones de toneladas fueron leche de consumo directo; 982.000 toneladas de yogures, 116.000 toneladas de nata y 3 millones de toneladas de otras producciones.

La facturación global de todo el sector lácteo se sitúa en torno a los 13.000 millones de euros anuales, mientras que el volumen de negocio de las industrias lácteas alcanza unos 9.500 millones de euros, el 2% de la actividad de la industria de alimentación.

El sector lácteo en su conjunto genera cerca de 60.000 empleos directos y las industrias lácteas, unos 30.000, el 8,5% de todo el empleo de la industria alimentaria.

La base de la cadena de producción del sector lácteo son los ganaderos y las ganaderas que realizan las entregas de la leche a las industrias. En 2022 había registrados 18.400 que realizaron entregas de leche a las fábricas, según los datos de FENIL. De esa cifra total, el 59,8% eran ganaderos/as del sector del vacuno; 24,1% del sector del caprino de leche y 16,1% del sector del ovino de leche.

En producción de leche de vaca destacan Galicia, Asturias, Cantabria, Castilla y León, País Vasco y Andalucía; en leche de cabra las mayores producciones están en Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura; y en leche de oveja, en Castilla y León y Castilla-La Mancha.

El sector lácteo en España tiene una enorme importancia estratégica desde el punto de vista económico y social. Además, es un sector con gran dinamismo en lo relativo a la puesta en marcha de nuevos proyectos industriales.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En España hay más de 1.500 centros autorizados para la recogida y transformación de leche, pero únicamente unos 600 pueden ser considerados como

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR LÁCTEO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Lactalis Iberia, S.A.	1.212
Danone, S.A.	806
Industrias Lácteas Asturianas, S.A. (ILAS) - Grupo	745,79
Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A (Capsa Food)	726,84
Calidad Pascual, S.A.U. *	600
Lácteas García Baquero, S.A.	300
Grupo TGT	357
Queserías Entrepinares, S.A	390
Schreiber Foods España, S.L.	320
Iparlat, S.A.	270

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. * Incluye la facturación de otras producciones.

industrias lácteas, según datos de la Federación Española de Industrias Lácteas. Esta federación está formada por 60 empresas que transforman prácticamente el 95% de la leche producida en el territorio nacional.

Entre los centros de recogida de leche hay mucha concentración, pues sólo el 2% acapara el 46% de toda la leche que se produce en España.

En el grupo de las grandes empresas del sector conviven enormes compañías multinacionales, con empresas españolas, a menudo provenientes del sector cooperativo. No obstante, el primer grupo lácteo de capital exclusivamente español tiene unas ventas muy inferiores a las del líder.

En este sentido, el principal grupo lácteo que opera en España registró en 2022 unas ventas de 1.513 millones de euros, cifra inferior a la del año anterior. Se trata de la filial española de una importante multinacional de origen francés.

El segundo grupo se quedó en 980 millones de euros de facturación, con un incremento respecto a un año antes; el tercero rondó los 854 millones de euros; el cuarto se situó en los 750 millones de euros y el quinto alcanzó los 650 millones de euros. Finalmente, entre los 522 y los 265 millones de euros de facturación anual quedaron ese año otros cinco operadores.

Las principales empresas del sector están entrando en nichos de mercado hasta ahora poco explotados, ampliando sus ofertas. ■

LECHE DE CONSUMO

El sector industrial de la leche de consumo tuvo un año 2022 muy complicado por el aumento de los costes y los problemas con el transporte. La recuperación de las ventas en el canal HORECA hasta niveles previos a la pandemia contribuyó a mejorar la situación y estabilizó la producción. Así, la industria láctea produjo unos 4,2 millones de litros de leche de consumo directo, según datos del Ministerio de Agricultura.

El mercado de leche de corta vida está liderado por la leche fresca entera, con más del 50% de la cuota. Le siguieron la leche fresca semidesnatada y la leche fresca desnatada. En el mercado de leche de corta vida, la marca de distribuidor (MDD) supera de año en año en cuota de mercado, que ya se acerca al 60%.

El primer eslabón de la cadena productiva del sector de la leche líquida son los ganaderos de vacuno, que disminuyen de año en año. Además de los ganaderos de vacuno de leche, también hay ganaderos de leche de oveja y de leche de cabra, que entregaron leche a los primeros compradores de la cadena.

Las empresas productoras de leche líquida llevan años desarrollando un proceso de concentración, de cara a hacer más competitivas en los mercados internacionales a las empresas españolas.

Entre estos grandes grupos lácteos hay filiales de algunas de las más importantes compañías multinacionales, junto a otras empresas que tienen su origen en antiguas cooperativas de ganaderos.

Todas las empresas del sector están apostando por la innovación y por la certificación de sus procesos productivos para garantizar el bienestar animal.

Las marcas de distribuidor (MDD) están muy introducidas en el sector de la leche líquida, pues acaparan una cuota cercana al 50% en volumen y al valor, mientras que la primera empresa con marca propia (MDF) llega hasta el 15% en volumen y el 16% en valor.

COMERCIO EXTERIOR

En sentido contrario a lo sucedido un año antes, en 2022 descendieron las importaciones de leche líquida envasada y aumentaron las de leche líquida a granel. Según los datos de FENIL, las primeras bajaron de 65.400 a 29.171 toneladas, mientras que las segundas aumentaron de 50.945 a 85.660 toneladas.

PRINCIPALES EMPRESAS ELABORADORAS DE LECHE DE LARGA DURACIÓN Y PASTEURIZADA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Corp. Alimentaria Peñasanta, S.A. (Capsa Food)	854,1
Grupo Lactalis Iberia, S.A. (*)	1513
Iparlat, S.A.	265
Coop. Gan. Valle de los Pedroches (COVAP) GRUPO (*)	905
Calidad Pascual, S.A.U*	650
Grupo Leche Celta (*)	299,6
Iberleche, S.L	235,6
Grupo Leche Río, S.A	208,4
Grupo Industrias Lácteas Asturianas (ILAS) (*)	979,7
KAIKU Corporación Alimentaria, S.A.	120

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye la facturación de otras producciones.



Por su lado, las exportaciones alcanzaron las 59.207 toneladas en el caso de la leche líquida envasada (por debajo del volumen de 2021) y las 40.337 toneladas en el de la leche a granel (también muy por debajo del año anterior).

La mayor parte de este comercio exterior se realiza entre países que forman parte de la Unión Europea. Los principales proveedores de leche para el mercado español son Francia, Portugal y Alemania, mientras que las exportaciones se han diversificado durante los últimos tiempos, ya que, además de los mercados tradicionales europeos, se ha comenzado a tener una presencia significativa en otros países, como los Emiratos Árabes, Catar o China. Se estima que algo más del 10% de la facturación total del sector lácteo se obtiene gracias a las ventas en el exterior.

CONSUMO Y GASTO EN LECHE

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 3.026,0 millones de litros de leche y gastaron 2.523,6 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 65,4 litros de consumo y 54,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la leche semidesnatada (29,8 litros por persona y año), seguido de la leche entera (19,2 litros per cápita) y de la leche desnatada (16,0 litros per cápita). En términos de gasto, la leche semidesnatada concentra el 45,8%, con un total de 25,0 euros por persona, la leche desnatada el 24,4% con un total de 13,3 euros por persona, y la leche entera, con un porcentaje del 29,1% y 15,9 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN LECHE DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL LECHE LIQUIDA	3.026,0	65,4	2.523,6	54,6
LECHE PASTERIZADA	87,8	1,9	84,5	1,8
LECHE ESTERILIZADA	2.919,8	63,1	2.423,8	52,4
LECHE CRUDA	18,4	0,4	15,3	0,3
LECHE BOTELLA VIDRIO	0,2	0,0	0,5	0,0
LECHE BOTELLA PLÁSTICO	392,6	8,5	349,5	7,6
LECHE CARTÓN	2.613,2	56,5	2.157,1	46,6
LECHE BOLSA	1,6	0,0	1,2	0,0
LECHE ENVASADA	3.007,6	65,0	2.508,3	54,2
LECHE ENTERA	887,3	19,2	736,4	15,9
LECHE DESNATADA	740,5	16,0	616,2	13,3
LECHE SEMIDESNATADA	1.379,9	29,8	1.155,7	25,0
LECHE ENRIQUECIDA	388,0	8,4	354,5	7,7
CON CALCIO	175,2	3,8	163,4	3,5
CON VITAMINAS	46,2	1,0	38,6	0,8
CON OTROS ADITIVOS	166,5	3,6	152,6	3,3
BIFIDUS+FIBRA	3,1	0,1	3,9	0,1
RESTO OTROS ADITIVOS	163,4	3,5	148,6	3,2
TOTAL OTRAS LECHE	24,9	0,5	169,0	3,7
LECHE CONDENSADA	14,2	0,3	42,0	0,9
LECHE EN POLVO	7,2	0,2	116,2	2,5
LECHE EVAPORADA	3,6	0,1	10,8	0,2



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

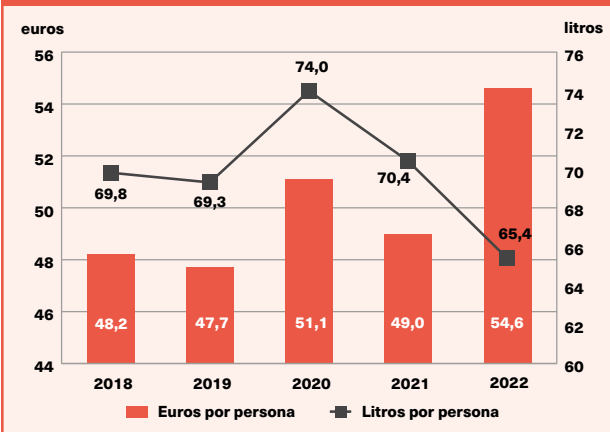
En términos per cápita, el consumo de leche durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de leche, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de leche es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de leche es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de leche, mientras que los índices son más reducidos en los hogares de cuatro personas.
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de leche, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 10.001 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, las parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Castilla y León, Asturias y Navarra cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Baleares, Cataluña y Andalucía.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

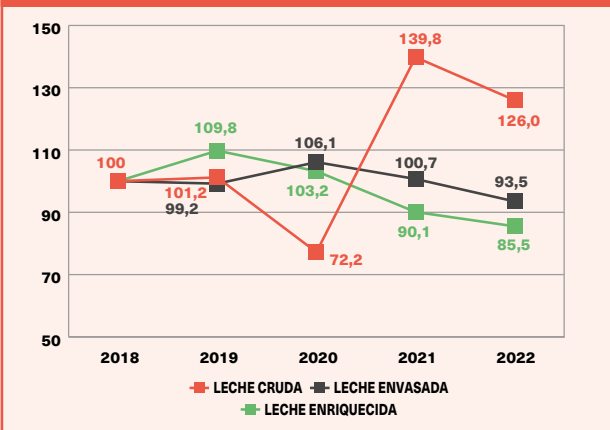
Durante los últimos cinco años, el consumo de leche estaba disminuyendo pero en el año 2020 se produce un repunte motivado por los efectos de la COVID-19. En el ejercicio 2022, continúa la tendencia del año 2021 con un ajuste a la baja del consumo ya con valores inferiores a la etapa previa a la pandemia. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020, con 74,0 litros, mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el ejercicio 2022 (54,6 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN LECHE LÍQUIDA, 2018-2022

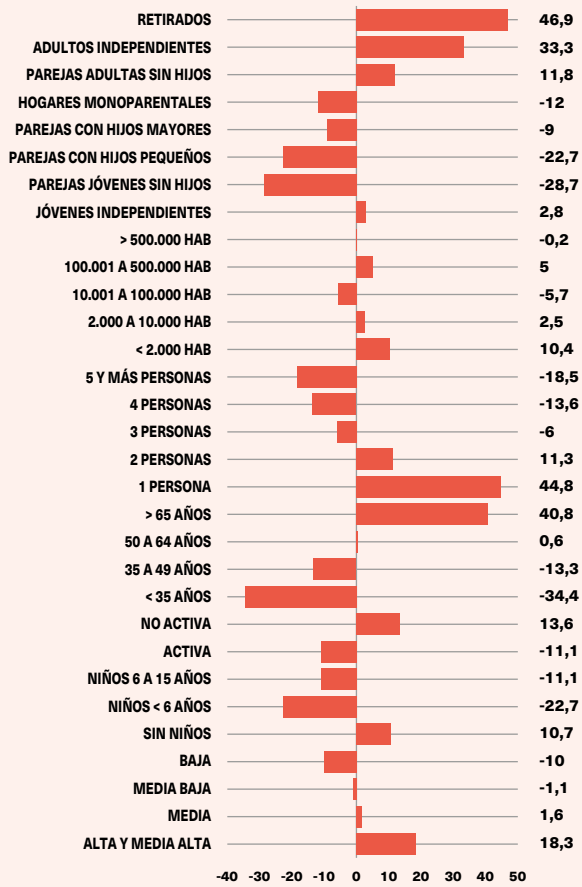


En la familia de leches, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido desigual para cada tipo de producto (destaca el repunte de la leche cruda durante 2021). Respecto a la demanda de 2018, decrece la demanda de leche enriquecida y de leche envasada.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE LECHE (2018=100), 2018-2022



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

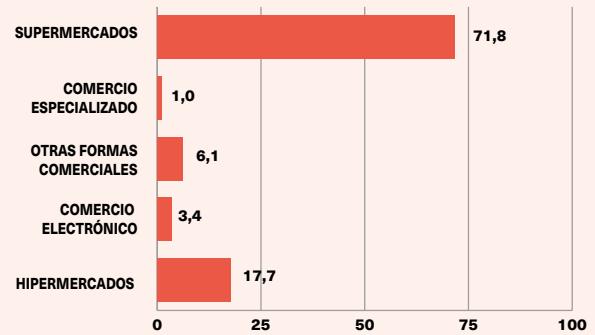


* Media nacional = 65,4 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de leche a los supermercados (71,8% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 17,7%, mientras que el establecimiento especializado concentra el 1,0%. El comercio electrónico llega al 3,4% de cuota mientras que el resto de formas comerciales acaparan el 6,1% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



PRODUCTOS LÁCTEOS REFRIGERADOS

Los productos lácteos refrigerados son los derivados de la leche, a los que se añaden las sustancias necesarias para su fabricación, siempre que dichas sustancias no se utilicen para sustituir, en parte o del todo, algún componente de la leche.

El mercado español de productos refrigerados lácteos, incluyendo yogures y postres lácteos, supera anualmente el millón de toneladas (producción e importación).

La producción de yogures es la más abundante dentro de este grupo de productos. De las ventas totales de yogures, el grueso (casi 50%) son yogures sólidos. En cuanto a los postres lácteos, el mercado está muy dividido, aunque destacan sobre el resto los flanes y natillas.

Por otro lado, entre las nuevas líneas de productos que se introdujeron en el mercado en 2022 destacaron las alternativas enriquecidas con proteína, las vegetarianas y el kéfir.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La Asociación Española de Fabricantes de Yogur y Postres Lácteos (AEFY) representa desde 1989 los intereses de las 12 empresas principales del sector y forma parte de la Federación Nacional de Industrias Lácteas (FENIL). Entre todos sus miembros producen más del 95% del yogur y los postres lácteos frescos del mercado español, llegando a casi 9 de cada 10 hogares.

El sector de las empresas productoras y comercializadoras de postres lácteos se caracteriza por una gran concentración y por la fuerte penetración de capitales internacionales. Los principales grupos del sector son

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE BATIDOS Y HORCHATAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
J. García Carrión, S.A. (JGC) – Grupo *	1.050
Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A. (Capsa Food) *	854,1
Lactalis Puleva, S.L.U.*	751,08
Calidad Pascual S.A.U (*)	650
Leche Celta, S.L. (Lactogal) *	234,75
Grupo Cacaolat, S.L.	73
Costa Concentrados Levantinos, S.A.	13
Horchata Panach, S.L. – Grupo	12,03
Fartons Polo, S.L. *	12
La Chufera, S.A.	4,42

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES EMPRESAS DE YOGURES Y POSTRES LÁCTEOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
DANONE SA	750
Schreiber Foods España, S.L.	360
Lactalis Nestlé Prod. Lácteos Refreg. Iberia, S.A	244,86
Reina Group (*)	190
Grupo Andros (DHUL) (*)	174
Kaiku Corp. Alimentaria	120
Postres Lácteos Romar	77,3
Agrup. De Cooperativas Lácteas (CLESA)	41,4
El Pastoret de la Segarra (*)	35
CAPSA (Central Lechera Asturiana) (*)	854,1

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye la facturación de otras producciones.



filiales de enormes compañías multinacionales, junto a algunos especialistas de capital preferentemente español que tienen su origen en la recogida y producción de leche líquida y que han diversificado sus ofertas en los distintos segmentos del sector lácteo.

La empresa líder en el mercado de los yogures y postres lácteos es una multinacional francesa que en el año 2022 facturó 750 millones de euros (ventas totales, que incluyen otras producciones). Sus marcas están muy consolidadas y tienen también una gran presencia en la marca de distribuidor (MDD).

El segundo grupo facturó, en su línea de postres lácteos y yogures, cerca de 360 millones de euros, una cifra inferior a la del año precedente; la tercera empresa, 244 millones de euros; la cuarta, 190 millones de euros y la quinta, 174 millones de euros. A partir de esta posición, en el grupo de las primeras diez empresas hubo unas facturaciones que oscilaron desde 120 hasta 35 millones de euros.

Tanto en el segmento de los yogures como en el de los postres lácteos, las marcas de distribución (MDD) tienen una gran presencia, por encima de la que tienen en otros sectores. Hace años, el mercado estaba dividido entre una gran empresa de origen francés y las MDD.

COMERCIO EXTERIOR DE YOGURES

Durante 2022, las importaciones de yogures llegaron a 169.621 toneladas, un 10% más que el año anterior, según los datos de FENIL.

En cuanto a las exportaciones, se vendieron 157.836 toneladas, un volumen inferior en casi 2.000 toneladas al del año precedente, que fue por otro lado el mayor de la última década.

Los principales proveedores de postres lácteos para el mercado español son otros países de la Unión Europea, entre los que destaca Francia, ya que acapara más del 50% de todas las importaciones de yogures y un porcentaje ligeramente superior de postres. A continuación se sitúan Alemania y Austria.

Por su lado, el principal mercado de destino de las exportaciones españolas es Portugal, aunque alrededor de un tercio de todas las ventas en el exterior de productos lácteos se dirige hacia países fuera de la Unión Europea, lo que indica los esfuerzos de las empresas españolas para internacionalizar sus negocios.

Algunos de los principales operadores del sector han internacionalizado sus plantas de producción para facilitar el acceso a otros mercados. ■

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS

ANDALUCÍA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

LECHE CERTIFICADA DE GRANJA

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

LECHE PASTERIZADA

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MANTEQUILLA DE SORIA *

CATALUÑA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MANTEGA DE L'ALT URGELL I LA Cerdanya *
(MANTEQUILLA DE L'ALT URGELL Y LA Cerdanya)

MADRID

ALIMENTO DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

LECHE PASTEURIZADA DE MADRID

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

EUSKAL ESNEA (LECHE DEL PAÍS VASCO)
ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA
LECHE CERTIFICADA DE GRANJA

* Inscrita en el Registro de la UE

Mantequilla de Soria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA DE PRODUCCIÓN DE LECHE: EXPLOTACIONES GANADERAS. Comprende 169 municipios de la provincia de Soria. La leche procede de las ganaderías de vacuno inscritas de las razas frisona, parda alpina o cruces entre ellas.

CARACTERÍSTICAS: La Denominación de Origen Protegida Mantequilla de Soria ampara a tres variedades. El color de la contraetiqueta del Consejo Regulador es de color amarillo para la mantequilla natural, azul para la salada y rosa para la dulce.

La mantequilla natural se consigue tras un proceso de desnatado y pasterización, con la adición de unos fermentos lácticos determinados hasta que la nata alcanza la acidez necesaria. Tras eliminar el suero se amasa de forma lenta en un proceso discontinuo hasta lograr la textura final característica de la Mantequilla de Soria. Este proceso se asemeja al método de elaboración tradicional. La mantequilla salada se elabora de la misma forma pero añadiendo sal. Se envasan en rollo y en lata.

La mantequilla dulce es la más típica y se elabora a partir de LA mantequilla natural con DOP batida con un jarabe de agua y sacarosa. Tiene un color blanco característico, decorado con un típico adorno rosado apareciendo en el envase tradicional, de plástico transparente con el adorno característico de manga pastelera. También se puede encontrar envasada en latas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran registradas en la actualidad dos ganaderías con una producción aproximada de 1.600.000 l de leche, una industria láctea que elabora la natural y la salada y cinco industrias pasteleras que elaboran la dulce.

La producción media en los últimos años, de Mantequilla de Soria es de unos 70.000 kg de los cuales aproximadamente un 65 % son de mantequilla natural, un 20% de mantequilla salada y un 15% de mantequilla dulce.



Leche Certificada de Granja

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de Leche Certificada de Granja se extiende a todo el territorio nacional. El producto deberá obtenerse en explotaciones de ganado vacuno pertenecientes a razas puras e inscritas en el

libro genealógico correspondiente y con el título de "Ganadería diplomada" o de sanidad comprobada.

CARACTERÍSTICAS: El proceso de elaboración se limita como máximo a un proceso de pasterización y a un envasado, haciendo pasar la leche en circuito cerrado y de forma continua, realizándose en la propia explotación estas operaciones y elaborándose únicamente la leche producida en la misma. Dependiendo de los procesos a que sea sometida se obtendrá leche certificada pasteurizada o leche certificada de granja cruda.

Mantega de L'Alt Urgell i La Cerdanya

(Mantequilla de L'Alt Urgell y La Cerdanya)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida ampara la producción de leche y elaboración de mantequilla en la comarca de L'Alt Urgell y La Cerdanya, al norte de la provincia de Lleida.

CARACTERÍSTICAS: En la elaboración de la mantequilla pueden utilizarse materias primas como la nata de leche pasteurizada y fermentos lácticos, pero no se admite ningún tipo de colorante. El proceso incluye la pasterización y el desgasificado de la nata, que a continuación se somete a enfriamiento para, posteriormente, iniciar la fase de maduración. La mantequilla se comercializa en bloques o formatos de cualquier medida, con un peso igual o superior a 15 gramos netos, envuelta con papel metalizado y sulfurizado.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas unas 7.260 cabezas reproductoras y 76 explotaciones ganaderas que producen más de 10 millones de litros de leche destinados a la elaboración de mantequilla protegida. Se comercializan más 500.000 kilos de Mantequilla de L'Alt Urgell y la Cerdanya.

HELADOS

El sector del helado tuvo en 2022 muy buenos resultados, por el aumento del consumo derivado de la llegada de más turistas a España. La producción industrial de helados en 2022 se situó en los 321,5 millones de litros, por un valor de 824,3 millones de euros, según los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE). Comparando estos datos con los del año 2021, se observó un aumento 1,7 % en volumen y del 35,3 % en valor.

La mayor parte de esta producción (cerca del 75%) se consume en el mercado interno, pero las industrias estiman que hay margen para que ese consumo siga creciendo, en consonancia con los niveles de consumo de los países de nuestro entorno comunitario y también con el aumento de las temperaturas y la extensión de las campañas veraniegas.

Según datos de la consultora Circana, las marcas de distribuidor (MDD) supusieron en 2022 el grueso de las ventas, tanto en valor como en volumen. En volumen, de media, alcanzaron una cuota del 81% y en valor del 62,37%. La cuota en volumen fue superior en los casos de helados a dividir (tartas, barras, etc.) y también en las tarrinas familiares. En el caso de los helados individuales, la cuota de las marcas de fabricante (MDF) fue algo mayor (19,1%) que en otros grupos de helados.

De acuerdo con los datos de la consultora Circana, en 2023 las mayores ventas en volumen fueron las de helados de palo, seguidos por tarrinas y helados de tipo cono. Dentro de los helados de palo, el grueso fueron ventas de helados tipo bombón, que además registraron un crecimiento del 4% respecto a las cifras del año precedente. También en valor fueron los helados de palo tipo bombón los que más ventas acumularon ese año.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de los helados presenta una situación claramente dual, ya que existe un gran número de pequeños y medianos operadores (productores y comercializadores), junto a pocos y grandes grupos, muy a menudo filiales de enormes compañías multinacionales de otros sectores agroalimentarios, que son los que tienden a controlar la evolución del mercado.

Otra característica que define el mercado de los helados es que hay muchas empresas jóvenes, con

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Univeler España, S.A. (División helados. Estimación)	220
Froneri Iberia	180
Aiadhesa, S.A. (Grupo Alacant)	173,3
ICE Cream Factory Co. Marker, S.A.(Grupo Ferrero)	150
Grupo Helados Estiu	90
Lacrem	84,4
Grupo Kalise, S.A. *	47,1
General Mills Ibérica	43,3
Casty	32,8
Industrias Jijonencas	17,6

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022 * Incluye la facturación de otras producciones.

menos de una década de historia, de tamaño muy pequeño (microempresas). A este respecto, cerca de un 70% de las empresas heladeras se califica como microempresa; un 25% como pequeña empresa; un 3% como mediana empresa y un 2% se considera gran empresa.

Andalucía es la comunidad donde se encuentra una mayoría de las empresas heladeras, seguida por la Comunidad Valenciana, Cataluña y Baleares. Las diez empresas más importantes del sector controlan alrededor del 85% de todas las ventas en valor y en volumen.

El grupo líder del sector helados es una filial de una gran compañía multinacional y registró en 2022 una facturación de 220 millones de euros en el sector, con marcas muy conocidas. Esta empresa, que facturó 20 millones más que en el año anterior, es líder en todas las categorías de producto en los lineales.

La segunda empresa en facturación también es un gran grupo, que destaca por producir con muchas marcas de distribuidor (MDD), aunque también cuenta con marcas de fabricante conocidas. En 2022 facturó unos 180 millones de euros, 35 millones encima de la cifra del año anterior, con una producción que creció hasta los casi 100 millones de litros.

Por su lado, la tercera empresa en importancia facturó 173 millones de euros y es también muy conocida en el mercado de las MDD. Esta empresa sacó al mercado unos 85 millones de litros de helado.

HELADOS INNOVADORES

La innovación constante y la presentación de ofertas más saludables, adaptadas a los nuevos gustos de los consumidores, constituyen las principales estrategias para ganar cuotas de mercado.

En los últimos años, las industrias han incrementado su oferta de helados artesanales, veganos, sin gluten y también los bajos en grasa.

Para el sector productor y comercializador, el gran desafío es conseguir la desestacionalización total del consumo. A este respecto, una de las líneas que más se está siguiendo es el de los yogures helados. La empresa más importante es una compañía española creada en 2010, que cuenta con más de dos centenares de establecimientos y presencia en más de 20 países. Otra empresa española ocupa la segunda posición en ventas y facturación.

También han irrumpido con fuerza los helados proteicos, que son los que tienen una mayor cantidad de proteína y menos hidratos. Las ventajas de este tipo de helados es que contienen menos azúcares, más proteína, menos grasas y se consideran mejores para deportistas, personas que siguen una dieta de adelgazamiento, etc. No obstante, hay que tener en cuenta que este tipo de helados tiene un sabor distinto a los convencionales y puede llevar más edulcorantes.

QUESOS

Como en años anteriores, el sector de la industria del queso tuvo un balance positivo en 2022. Se produjo un incremento notable de la producción y también de las exportaciones, si bien la balanza comercial del sector volvió a tener signo negativo pues las compras superan con mucho a las ventas.

La producción industrial de queso se elevó a 661.944, un 27% más que en 2021. El valor alcanzado por estas producciones se acercó a los 3.191 millones de euros, un 26,5% más que un año antes, de acuerdo con los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el Instituto Nacional de Estadística.

De esta producción, 148.334 toneladas fueron quesos frescos, requesones y cuajadas; 76.855 toneladas queso fundido (no incluye el queso rallado ni en polvo) y 436.755 toneladas el resto de los quesos (pasta dura, blanda, rallado, en polvo, etc.). Como en el año anterior,

COMERCIO EXTERIOR

Según datos del Ministerio de Comercio, en 2022 se exportaron 57.972 toneladas, un 20% más que en el año anterior, mientras que se importaron 67.688 toneladas, un 10,2% más también. En estos datos están incluidas las compras y las ventas de todo tipo de helados.

En este sector se producen muchos movimientos comerciales entre distintas filiales de una misma compañía, que no quedan reflejadas en las estadísticas de comercio exterior, por lo que las cifras reales pueden ser mucho mayores.

La gran mayoría de los grandes operadores del sector apuestan también por internacionalizar sus plantas de producción para situarlas cerca de los grandes mercados de destino.

No obstante, los principales mercados de las exportaciones de helados son otros países de la Unión Europea, entre los que destacan Portugal, Italia, Francia, Alemania y Holanda. También hay empresas que exportan a Reino Unido, Australia y Estados Unidos.

Por lo que hace referencia a las importaciones de helados, las principales partidas compradas en el exterior están vinculadas a las estrategias comerciales de las grandes cadenas de la distribución alimentaria. Por ello, los principales proveedores son Francia, Alemania, Bélgica, Italia y Reino Unido. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LOS QUESOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Mondelez España *	570
Grupo García Baquero *	300
Queserías Entrepinares, S.A	390
Grupo TGT*	357
Grupo Lactalis Forlasea	295,3
Grupo Lafuente	130
Arla Foods, S.A	121
Mantequerías Arias	103
Grupo Frieslandcampina Iberia, S.L *	90
Lácteas Flor de Burgos	67

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. * Incluye la facturación de otras producciones.

fue precisamente en este grupo de quesos donde más se incrementó la producción en 2022. En concreto, se produjo un aumento del 42%.

Según datos de la consultora Circana, en libre servicio (hipermercados y supermercados) se comercializaron durante 2022 un total de 274.292 toneladas de queso, un porcentaje similar al del año anterior. De este volumen, el 22,6% eran frescos; el 15,4% rallados; el 12,3% fundidos y el 7,9% para untar. Asimismo, el 15,22% eran quesos nacionales y el 18,7% quesos de importación.

Igualmente, dentro de, mercado de los quesos de pasta prensada nacionales sobresalieron los tiernos (32,7%), seguidos de los semicurados (30%) y de los curados (37,3%). Las cuñas de queso destacan en las categorías de semicurados y curados, mientras que en quesos tiernos el mayor porcentaje de ventas es para los quesos enteros. En cuanto a los quesos frescos, el 70% del volumen comercializado fue queso con sal y el 30% restante se lo dividieron los quesos sin sal, requesón, mascarpone, feta, mozzarella y otros.

Entre los quesos de importación que más se vendieron en 2022, en volumen destacaron el gouda, el queso Edam, el emmental-gruyere, el queso inglés y el queso italiano.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este sector y, además, en 2022 conquistaron más cuota de mercado, al pasar del 65,8% al 69,1%.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Hasta hace relativamente poco tiempo, el sector de la industria del queso estaba bastante atomizado, con empresas pequeñas y semiartesanas y una incidencia limitada en los mercados locales. Sin embargo, con los años se han producido procesos de concentración que han acabado por configurar grandes grupos, que cuentan en muchas ocasiones con capital extranjero (italiano y francés principalmente) y que basan sus estrategias en el comercio exterior.

A nivel industrial, la principal empresa del sector facturó en 2022 un total de 522 millones de euros, pero incluyendo las aportaciones de otras empresas; el segundo grupo llegó a los 500 millones de euros y el tercero, a los 456 millones de euros. Por debajo de estas empresas se situaron otras siete con facturaciones que oscilaron entre los 300 y los 130 millones de euros.

Dentro del sector del queso existen varias asociaciones de productores (de ámbito regional, comarcal, por denominación de origen o forma de elaboración artesanal, etc.).

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de quesos es claramente desfavorable para España, como ocurre con prácticamente todos los productos lácteos. De todas formas, en los últimos tiempos la balanza comercial ha tendido a equilibrarse, ya que las exportaciones han crecido a buen ritmo.

En 2022 las exportaciones aumentaron hasta las 117.154 toneladas (un 4% más que un año antes), por un valor de 709 millones de euros (un 26% más). Por su parte, las importaciones también crecieron (un 15%) hasta las 358.450 toneladas, por un valor de 2.376 millones de euros, más del doble que un año antes, según datos de Comercio.

Tanto las exportaciones como las importaciones tienen un origen y destino europeos. En el caso de las importaciones, los principales proveedores son Alemania, Francia y Holanda, pero también se importan quesos de Italia, Dinamarca, Bélgica, Reino Unido; Polonia, Irlanda, Portugal y Luxemburgo.

Aunque las importaciones procedentes de países no europeos están creciendo significativamente, tienen todavía un peso relativo. Para los quesos españoles, los mercados de destino prioritario son Italia, Portugal, Francia, Alemania, Reino Unido y Países Bajos. ■



CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 1.513,4 millones de kilos de derivados lácteos y gastaron 6.241,6,5 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 32,7 kilos de consumo y 134,9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al yogur (8,9 kilos por persona), seguido del queso, con 7,5 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 47,8%, con 64,5 euros por persona al año, y resulta significativa la participación del queso semicurado (17,4 euros) y del fresco (12,4 euros). Por su parte, el yogur supone el 13,5% del gasto total en este tipo de productos, con 18,2 euros por persona al año, mientras que los helados y tartas representan el 10,5%, con 14,2 euros per cápita anuales.

CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL DERIVADOS LÁCTEOS	1.513,4	32,7	6.241,6	134,9
BATIDOS DE LECHE	91,4	2,0	144,1	3,1
BATIDOS DE YOGUR	57,7	1,2	101,8	2,2
LECHES FERMENTADAS	600,4	13,0	1.465,7	31,7
YOGUR	409,7	8,9	841,7	18,2
YOGUR CON ADITIVOS	113,4	2,5	292,7	6,3
YOGUR SIN ADITIVOS	296,4	6,4	549,0	11,9
YOGUR NATURAL	95,0	2,1	159,7	3,5
YOGUR SABORES	85,9	1,9	146,7	3,2
YOGUR FRUTAS	17,9	0,4	47,9	1,0
YOGUR DESNATADO	87,5	1,9	161,1	3,5
YOGUR ENRIQUECIDO	5,2	0,1	27,0	0,6
OTROS	118,2	2,6	299,3	6,5
YOGUR CON BIFIDUS	105,7	2,3	311,1	6,7
OTRAS LECHES FERMENTADAS	85,0	1,8	312,9	6,8
MANTEQUILLA	16,4	0,4	152,1	3,3
MANTEQUILLA LIGHT	2,2	0,0	21,5	0,5
MANTEQUILLA NORMAL	14,2	0,3	130,6	2,8
QUESO	346,6	7,5	2.981,6	64,5
QUESO FRESCO	95,1	2,1	574,7	12,4
FRESCO LIGHT	26,7	0,6	116,0	2,5
FRESCO SIN SAL	0,4	0,0	2,9	0,1
FRESCO BAJO SAL	3,5	0,1	28,3	0,6
FRESCO CALCIO	4,5	0,1	11,2	0,2
QUESO FUNDIDO	34,6	0,7	238,3	5,2
QUESO TIERNO	22,4	0,5	188,3	4,1
QUESO SEMICURADO	81,8	1,8	805,0	17,4
QUESO CURADO	17,2	0,4	193,6	4,2
QUESO OVEJA	14,7	0,3	183,6	4,0
QUESO CABRA	14,4	0,3	184,4	4,0
QUESO DE BOLA	8,6	0,2	89,6	1,9
QUESO EMMENTAL Y GRUYERE	4,1	0,1	37,2	0,8
QUESO TIPO AZUL	3,9	0,1	49,1	1,1
OTROS TIPOS QUESO	49,8	1,1	437,7	9,5
HELADOS Y TARTAS	159,8	3,5	657,8	14,2
HELADOS	139,5	3,0	555,0	12,0
TARTAS	20,3	0,4	102,8	2,2
NATA	44,7	1,0	152,2	3,3
NATILLAS	37,2	0,8	95,9	2,1
FLANES PREPARADOS	41,4	0,9	118,6	2,6
CUAJADAS	9,0	0,2	25,5	0,6
CREMA DE CHOCOLATE	14,5	0,3	36,4	0,8
CREMA CATALANA	1,2	0,0	6,7	0,1
POSTRES CON NATA	13,2	0,3	37,8	0,8
OTROS DERIVADOS LÁCTEOS	80,0	1,7	265,5	5,7

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

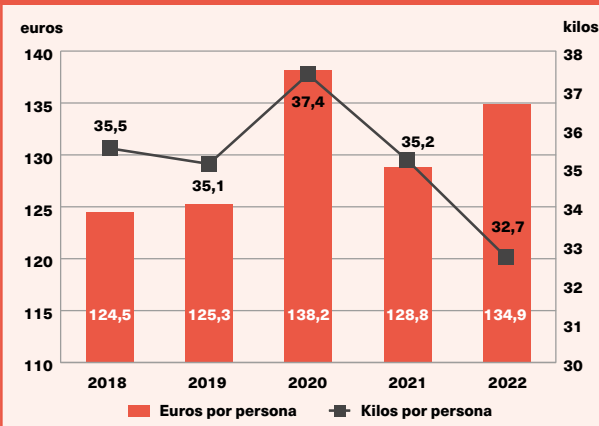
En términos per cápita, el consumo de derivados lácteos durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de derivados lácteos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de derivados lácteos es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de derivados lácteos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de derivados lácteos, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes municipios (de 100.000 a 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de derivados lácteos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos urbanos (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, y entre las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, Baleares y Canarias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Aragón, La Rioja y Castilla-La Mancha.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

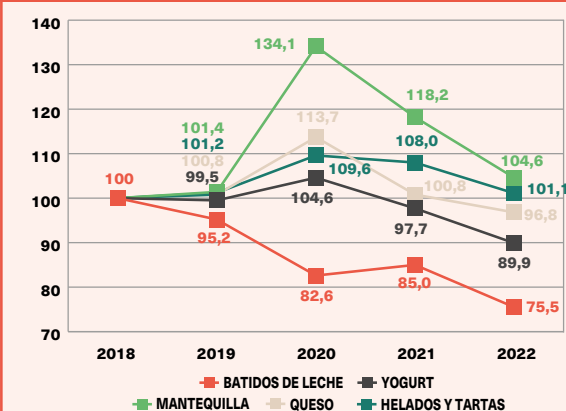
Durante los últimos cinco años, tanto el consumo como el gasto de derivados lácteos se había mantenido estable en términos per cápita aunque en el año 2020 se produce un repunte motivado por los efectos de la COVID-19. Sin embargo, en los ejercicios 2021 y 2022 se produce un ajuste a la baja en el consumo. En el periodo 2018-2022, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2020 (37,4 kilos y 138,2 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS, 2018-2022

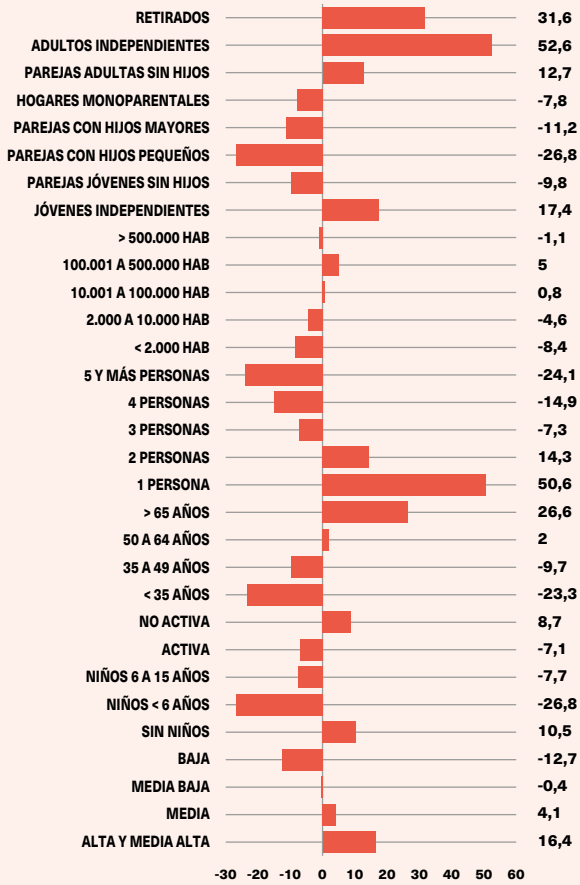


En la familia de derivados lácteos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque, en términos generales, se produce un repunte en el año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 que luego se ajusta en los siguientes años con descensos de diferente intensidad. Respecto a la demanda de 2018, crece el consumo de helados, y mantequilla, mientras que en el caso de tartas, yogurt, queso y batidos de leche se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE DERIVADOS LÁCTEOS (2018=100), 2018-2022



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

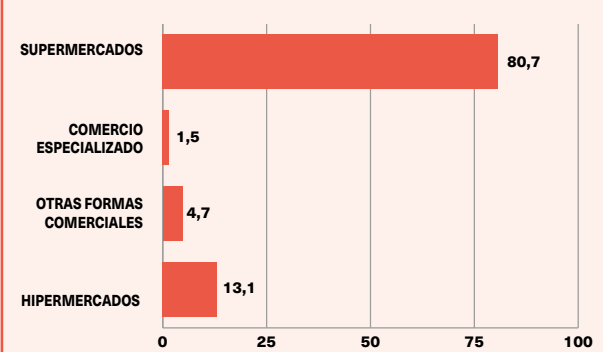


* Media nacional = 32,7 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de derivados lácteos a los supermercados (80,7% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 13,1% y los establecimientos especializados llegan al 1,5%. Otras formas comerciales alcanzan la cuota del 4,7% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE DERIVADOS LÁCTEOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



MANTEQUILLA

El sector de la mantequilla, muy ligado al de la industria láctea, tuvo un buen año en 2022, influido por el aumento del consumo en el canal de hostelería-restauración, que impulsó la producción y también por la mejora de la exportación.

De acuerdo con la encuesta anual de productos que publica el INE, se produjeron en España 53.583 toneladas de mantequilla industrial, lo que supuso un aumento del 1% respecto a la producción del año anterior. Asimismo, el valor de esta producción ascendió a 378,5 millones de euros, un 50% más que en 2021.

La mantequilla es un derivado lácteo, con un elevado contenido graso, que en forma de emulsión es más o menos sólida. El producto apto para el consumo humano debe poseer un porcentaje de materia grasa láctea igual o superior al 80% e inferior al 90% y contenidos máximos de agua del 16% y de materia láctea seca no grasa del 2%.

Al ser principalmente grasa láctea, esta conserva las vitaminas liposolubles presentes en la leche como las vitaminas A, D y E.

La mantequilla se obtiene por el batido de la nata. Ésta se produce a través de un proceso conocido como desnatado de la leche, es decir, la separación de la nata o crema de la leche entera. Una vez obtenida la nata, ésta es sometida a diversos procedimientos para la elaboración de la mantequilla (normalización, neutralización, pasteurización, maduración de la nata, batido, lavado y amasado).

Antes de la etapa de maduración tiene lugar la inoculación a la nata de microorganismos (bacterias) que dan aroma a la nata. Posteriormente, la nata es sometida a un proceso de maduración que la proporciona aroma y sabor. Esta etapa consiste en un tratamiento térmico seguido de una fase de enfriamiento que dará a la grasa una estructura cristalina y sólida.

Por último, tienen lugar las fases de batido, lavado y amasado, a través de las cuales se obtiene el produc-

to final. Estas fases afectan al aroma, sabor, calidad de conservación, apariencia y color de la mantequilla.

Existen varios tipos de mantequilla, pues el producto final se comercializa con distintos contenidos de sal, de grasa (hay productos "light"), o incluso se puede elaborar con leches distintas a la de vaca, que es la más común. En este sentido, también se puede hacer mantequilla con leches de oveja y de cabra, que se caracterizan por presentar un color más claro y un contenido graso mayor.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL Y COMERCIO EXTERIOR

La producción de mantequilla está muy ligada a la industria láctea y por ello, los principales productores son los mismos grupos lácteos que operan en el mercado de leche de consumo.

También hay un grupo de empresas más artesanales, que están vinculadas con las dos marcas de calidad que existen de este producto: La D.O.P. Mantequilla de l'Alt Urgell y la Cerdanya/Mantega de l'Alt Urgell i la Cerdanya (Cataluña) y la D.O.P Mantequilla de Soria (Castilla y León).

La primera es una mantequilla muy untuosa, fácil de fundir, de color uniforme, aunque su tonalidad varía si se produce en verano o en invierno. El olor y el sabor de esta mantequilla es muy intenso y recuerda a la avellana.

Por su lado, la protección de la D.O.P Mantequilla de Soria abarca a las tres variedades de mantequilla que tradicionalmente se vienen elaborando: Natural, Salada y Dulce. Su sabor y olor depende del tipo de mantequilla.

En cuanto al comercio exterior, la balanza comercial siguió siendo deficitaria en 2022, a pesar del aumento de las exportaciones. Así, según los datos de Comercio, se exportaron ese año 19.816 toneladas de mantequilla, un volumen superior al del año anterior en 81%. Mientras, las importaciones también crecieron, al pasar de 21.537 a 31.478 toneladas. ■

DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS Y OTRAS MARCAS DE CALIDAD EN EL SECTOR DE QUESOS

ARAGÓN

MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

QUESO FRESCO

QUESO MADURADO

ASTURIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

AFUEGA'L PITU *

CABRALES *

GAMONEDO (GAMONEU) *

QUESO CASÍN *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

QUESO LOS BEYOS **/ *

BALEARES

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

MAHÓN-MENORCA *

CANARIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

QUESO FLOR DE GUÍA Y QUESO DE GUÍA *

QUESO MAJORERO *

QUESO PALMERO *

CANTABRIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

PICÓN BEJES-TRESVISO *

QUESO-NATA DE CANTABRIA *

QUESUCOS DE LIÉBANA *

MARCAS "CALIDAD CONTROLADA"

QUESO DE OVEJA CURADO

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESO MANCHEGO *

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESO ZAMORANO *

MARCA DE GARANTÍA

QUESO ARRIBES DE SALAMANCA

QUESO CASTELLANO

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

QUESO DE VALDEÓN *

QUESO LOS BEYOS **/ *

DENOMINACIONES DE CALIDAD MARCAS DE GARANTÍA

QUESO CASTELLANO

CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

FORMATGE DE L'ALT URGELL I LA Cerdanya *

(QUESO DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

MARCA DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA "Q"

FORMATGE (QUESO)

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCAS DE CALIDAD "CV"

QUESO BLANQUET

QUESO DE CASSOLETA

QUESO DE SERVILLETA

QUESO DE LA NUCÍA

QUESO TRONCHÓN

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESO DE LA SERENA *

QUESO IBORES *

TORTA DEL CASAR *

GALICIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDA

QUEIXO TETILLA * (QUESO TETILLA)

CEBREIRO *

SAN SIMÓN DA COSTA *

ARZÚA-ULLOA *

LA RIOJA

DENOMINACIONES DE ORIGEN CALIFICADAS

QUESO CAMERANO *

REGISTRADO Y CERTIFICADO

QUESOS

MADRID

ALIMENTOS DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

QUESO DE CABRA DE MADRID

QUESO PURO DE OVEJA DE MADRID

MURCIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESO DE MURCIA *

QUESO DE MURCIA AL VINO *

MARCAS DE GARANTÍA

QUESO DE CABRA CURADO A LA ALMENDRA

NAVARRA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

IDIAZABAL **/ *

RONCAL *

PAÍS VASCO

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

IDIAZABAL **/ *

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

Afuega'l Pitu

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Los municipios que integran esta denominación de origen son: Morcín, Riosa, Santo Adriano, Grado, Salas, Pravia, Tineo, Belmonte, Cudillero, Candamo, Las Regueras, Muros del Nalón y Soto del Barco, todos en Asturias.

CARACTERÍSTICAS: Es un queso graso que puede ser fresco o madurado, elaborado con leche entera pasteurizada de vacas sanas de la raza Frisona y Asturiana de los Valles. De pasta blanda, de color blanco o bien anaranjado rojizo si se le añade pimentón. Los quesos que tengan un periodo de maduración de 60 días no será requisito la pasteurización de la leche. De forma 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 920.000 litros de leche con destino a la elaboración de quesos con DOP. El Consejo Regulador tiene registradas 8 queserías que comercializan más de 128.000 kilos de queso con DOP, que se distribuyen preferentemente en el mercado nacional.

Cabrales

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de queso comprende 18 términos municipales de la comarca de Cabrales y 3 municipios de Peñamellera Alta, en el Principado de Asturias.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora con leche cruda de vaca o con mezcla de leche de oveja y cabra. El proceso de maduración oscila entre 3 y 6 meses y se efectúa en cuevas naturales de la comarca de Cabrales. De forma cilíndrica, su peso es de 1 a 2,5 kilos, de corteza blanda, untuosa, de color amarronado anaranjado, despiden un fuerte olor muy característico. Mantecoso al paladar, ligeramente picante y con un intenso retrogusto de excelente calidad.

DATOS BÁSICOS: Están censadas más de 3.500 cabezas de ganado en 41 explotaciones ganaderas que producen 5 millones de litros de leche al año. Las 32 queserías registradas producen y comercializan una media anual de 500.000 kilos de queso, que se destinan en su totalidad al mercado nacional, excepto un pequeño porcentaje que se exporta a la UE y países de América.

Arzúa-Ulloa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El territorio de producción de leche y elaboración del tradicional "queso gallego" amparado por la DOP comprende 32 municipios de la Galicia central.

CARACTERÍSTICAS: se elabora con leche entera, cruda o pasteurizada, de vacas de razas Rubia Gallega, Frisona, Pardo Alpina y sus cruces. El tiempo mínimo de maduración es de 6 días. Su forma es lenticular o cilíndrica, con los bordes redondeados, y su peso oscila entre 0,5 y 3,5 kg. La corteza es fina y elástica, de color amarillo, brillante, limpia y lisa. La masa es de color uniforme, entre blanca marfil y amarillo pálido, de aspecto brillante, sin grietas, y puede presentar ojos en número reducido. Su aroma es lácteo, intenso a mantequilla, con matices de yogur, y también nata y nuez, de intensidad débil. Su sabor es elemental de leche, ligeramente salado y de acidez media. La textura es fina, poco húmeda, poco firme y con elasticidad baja. En la boca es fundente y soluble. Se ampara también un Arzúa-Ulloa Curado, con un periodo de maduración mínima de 6 meses.

DATOS BÁSICOS: están inscritas más de 1400 explotaciones ganaderas con más de 30.000 vacas productoras, y 21 queserías que elaboran una media anual de 3,4 millones de kilos de Arzúa-Ulloa, lo cual significa que esta DOP es la segunda de las de los quesos españoles, y la primera entre las que amparan quesos de leche de vaca. Más del 80% se consume en Galicia, donde popularmente se le conoce también como "el queso del país".

Cebreiro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción del Queixo do Cebreiro se localiza en 13 concejos al sudeste de la provincia de Lugo.

CARACTERÍSTICAS: El queso se elabora con leche pasteurizada de vaca de las razas Rubia Gallega, Pardo Alpina, Frisona o sus cruces, aunque también se puede utilizar leche de cabra en una proporción que no supere el 40% del total. El periodo de maduración oscila entre 48 horas para el fresco y 2 meses para el curado y su peso va de 0,3 kilos a 2 kilos. El queso se presenta en forma de seta o gorro de cocinero y de corteza fina o inexistente. La pasta es granulosa, blanda, untuosa y fundente en el paladar, con sabor levemente ácido.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 6 productores y 4 empresas queseras que comercializan una media anual de 30.000 kilos de queso con Denominación de Origen Protegida.

Formatge de l'Alt Urgell i La Cerdanya

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La Denominación de Origen Protegida ampara la producción de leche y la elaboración del queso en las comarcas de l'Alt Urgell y la Cerdanya de

las provincias de Lleida y Girona.

CARACTERÍSTICAS: Se utiliza exclusivamente leche fresca de vaca. El proceso de maduración se prolonga durante un mínimo de 45 días en cavas. Los quesos son de forma cilíndrica, de 2,5 kilos de peso, de pasta prensada, no cocida, de color crema o marfil, de textura tierna y cremosa, de aroma dulce y penetrante, gusto suave, agradable y muy característico.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas unas 7.260 cabezas reproductoras y 76 explotaciones ganaderas que producen más de 3 millones de litros de leche destinados a la elaboración de queso protegido. Se comercializan más de 300.000 kilos de Queso de l'Alt Urgell y la Cerdanya.

Gamoneu (Gamonedo)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica está situada en el Parque Nacional de Picos de Europa y los municipios que la integran son Cangas de Onís y Onís en el Principado de Asturias.

CARACTERÍSTICAS: Es graso, ahumado, madurado, de corteza natural, elaborado artesanalmente con mezcla de leche de oveja, vaca y cabra. Es de forma cilíndrica y su peso oscila entre 0,5 y 7 kilos, la consistencia de la pasta es dura o semidura. Su color en el interior es blanco o blanco amarillento y azulado-verdoso en su exterior, y según la cepa de moho de las cuevas llega a adquirir un color rojizo. Su sabor presenta un predominio suave de humo y ligeramente picante. En boca evoluciona a mantecoso y con regusto persistente a avellanas. Las variedades autorizadas son las tradicionales "Gamoneu" o "Gamonedo" del Puerto y "Gamoneu" o "Gamonedo" del Valle.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 22 explotaciones ganaderas que producen más de 1.116.835 litros de leche con destino a la elaboración de producto. Están registradas 21 queserías que comercializan 94.108 kilos de queso con DOP.

Idiazabal

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción del queso con Denominación de Origen Protegida Idiazabal se extiende por todo el País Vasco y Navarra (excepto la zona del valle del Roncal).

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utiliza exclusivamente leche cruda de oveja de las razas Latxa y Carranzana. El período de maduración mínimo es de 2 meses. Se producen quesos ahumados y sin ahumar y el peso puede oscilar entre 1 y 3 kilos. De sabor intenso, amplio, limpio y consistente, resulta un queso equilibrado y con una marcada y definida personalidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas unas 400 explotaciones, que producen una media anual de 9,5 millones de litros de leche. Las 124 queserías que producen aproximadamente unas 1.400 toneladas de queso Idiazabal al año. Declarado "Producto Patrimonio Culinario Europeo".

Mahón

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de queso comprende todo el territorio de la isla de Menorca, en Baleares.

CARACTERÍSTICAS: Los quesos se elaboran con leche entera de vaca; tienen forma cuadrada y un peso entre uno y cuatro kilos.

Se fabrican tres variedades: Tierno, de 21 a 60 días de maduración, resulta suave, blando y elástico, de aromas lácticos y ligero sabor ácido; Semicurado, de 2 a 5 meses de maduración, anaranjado o pardo si es artesano y reminiscencias a mantequilla y avellanas; y Curado, con más de cinco meses de maduración, sabor y aroma intensos, persistencia bucal larga, recuerdos a madera envejecida, cuero curtido o cava de maduración y suave aparición picante; se le considera el "parmesano" español.

DATOS BÁSICOS: 7.913 vacas y 131 explotaciones ganaderas producen 48,5 millones de litros de leche al año, mientras 48 queserías comercializan más de 2,4 millones de kilos de queso, que se venden en el mercado nacional, salvo un 13,3% que se destina a la exportación.

Picón Bejes-Tresviso

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona protegida ampara varios términos municipales de la comarca de Liébana, con Bejes, Tresviso y Turieno como principales núcleos queseros, localizados al sudoeste de Cantabria.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora con mezcla de leche de vaca (Tudanca, Pardo-Alpina y Frisona), oveja (Lacha) y cabra (Pirenaica y cabra de los Picos de Europa). El período de maduración en cuevas naturales es de al menos 2 meses. De forma cilíndrica, corteza blanda, delgada y untuosa de color gris con zonas amarillas. La pasta es compacta, con ojos de color blanco y zonas con vetas de color azul-verdoso. El sabor es levemente picante, más acusado cuando está elaborado con leche de oveja o cabra, o en mezcla.

DATOS BÁSICOS: Hay censadas 1.269 cabezas de ganado y 15 explotaciones ganaderas que producen 475.038 litros de leche al año; 4 queserías comercializan anualmente algo más de 51.230 kilos de queso destinados al mercado nacional.

Queso Camerano

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de leche apta para la elaboración de los quesos amparados por la Denominación está constituida por todos los municipios de las comarcas de La Rioja Alta y Sierra de Los Cameros. La zona de elaboración, maduración y conservación pertenece a La Rioja Media y Baja.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utiliza leche de cabra de las razas Serrana, Murciano-Granadina, Malagueña, Alpina y sus cruces. De forma cilíndrica, su peso oscila entre 200 y 1.200 gramos y se producen cuatro variedades: frescos, tiernos, semicurados y curados.

DATOS BÁSICOS: En La Rioja existen 270 explotaciones de ganado caprino con unos 10.000 animales, de los que 4.646 son para la producción de leche, que se sitúa en torno a los 800.000 litros anuales. De ellos, 250.000 se destinan a la elaboración del Queso Camerano, lo que se traduce en unos 25.000 kilos de queso al año. En la actualidad hay 2 queserías que elaboran este producto.

Queso Casín

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona que delimita esta DOP comprende los concejos de Caso, Sobrescobio y Piloña en el Principado de Asturias. El Queso Casín es uno de los más antiguos de España.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora a partir de leche de vaca entera cruda de vaca, de las razas Asturiana de la Montaña o Casina, Asturiana de los Valles, Frisona y sus cruces. Es característica su peculiar técnica de amasado de la cuajada: se amasa varias veces en la "máquina de rabilar". De aroma potente y punzante, su sabor es picante, fuerte y persistente, aumentando en intensidad al incrementar el número de amasados. Su forma es cilíndrica-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 3 queserías registradas que comercializan aproximadamente 40.000 unidades de Queso Casín, distribuidas preferentemente en el mercado nacional.

Queso Los Beyos

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración se encuentra ubicada en la vertiente atlántica de la cordillera Cantábrica, en su sector centro-oriental, coincidiendo con la cuenca alta del río Sella, que discurre, en este tramo, a través del desfiladero de Los Beyos, del que toma su nombre el queso.

CARACTERÍSTICAS: Se trata de un queso madurado, de coagulación predominante láctica, de pequeño tamaño, cilíndrico, de diámetro ligeramente superior a la altura, con un peso entre 250 y 500 gramos; de corteza fina y rugosa; de pasta semidura a dura, cerrada y desmenuzable al corte; de textura firme y friable, poco o nada elástica; con aroma y sabor característicos, agradables y equilibrados, que recuerdan a la leche de la que procede.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador es el encargado de garantizar, tanto en el proceso como en el producto, a través de su estructura de control, el cumplimiento de los requisitos establecidos para poder ser amparados por la IGP Los Beyos. Al ser muy reciente la aprobación de esta IGP, en el Consejo Regulador no existen datos de producto comercializado.

Queso-Nata de Cantabria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción de este queso, conocido como queso de nata, se extiende por todo el territorio de Cantabria, a excepción de las cuencas hidrográficas de los ríos Urdón y Cervera y los municipios de Tresviso y Bejes.

CARACTERÍSTICAS: En su elaboración se utiliza exclusivamente leche entera de vaca de la raza Frisona. El período mínimo de maduración es de 7 días a partir de la fecha de finalización del proceso de salado. El peso oscila entre 400 gramos y 2,8 kilos, con un color levemente amarillo y de corteza lisa, blanda y natural; resulta un queso graso, de pasta compacta, semicocida, con textura mantecosa y sabor suave, olor aromático y fresco.

DATOS BÁSICOS: Las 3.418 cabezas de ganado vacuno censadas en 75 explotaciones ganaderas producen 1.498.558 litros de leche al año. Las 5 queserías registradas producen y comercializan una media anual de 124.357 kilos de queso, que se destinan en su totalidad al mercado nacional.

Queixo Tetilla (Queso Tetilla)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de queso comprende las cuatro provincias de la comunidad autónoma de Galicia.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora con leche

entera de vaca de las razas Rubia Gallega, Frisona o Pardo Alpina o de sus cruces. El tiempo mínimo de maduración es de 8 días, contados a partir del día siguiente al de la elaboración. De aroma suave, su sabor es láctico, mantecoso, ligeramente ácido y salado suave.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas 725 explotaciones ganaderas, con más de 20.600 vacas, que producen unos 15,4 millones de litros de leche. Las 25 queserías registradas producen una media anual de 1,9 millones de kilos de queso, que se comercializan en un 85% en el mercado nacional y el 5% 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 dulzones como amargos.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta DOP, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Queso de La Serena

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción de queso abarca 21 municipios de la comarca de La Serena, en la provincia extremeña de Badajoz.

CARACTERÍSTICAS: Para la elaboración del queso se utiliza exclusivamente leche cruda de oveja de raza Merina. El período de maduración mínimo es de 2 meses y el peso oscila entre 700 gramos y 2 kilos. Su cremosidad depende del grado de maduración, denominándose "Tortas" a los que presentan una pasta blanda, fluida y mantecosa, persistente al paladar. Cuando es añejo presenta una pasta y corteza duras y un ligero aunque exquisito sabor picante.

DATOS BÁSICOS: 60.000 ovejas y 56 explotaciones ganaderas producen más de 200.000 litros de leche al año. Las 8 queserías registradas producen una media anual de más de 50.000 kilos de queso; el 86% se comercializa en el mercado regional, el 35% en el nacional y el 14% 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 es de 30 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 tarritas de 200 g para untar, cubos de hasta 5 kilos para hostelería y en cuñas de 100 a 250 g. Existe un formato "mini" con un peso aproximado de 450 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.

DOP Quesos de Murcia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El Consejo Regulador gestiona dos Denominaciones de Origen Protegidas: Queso de Murcia y Queso de Murcia al Vino. La zona de producción de leche y queso es toda la Región de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: Se utiliza exclusivamente la leche de cabras de raza Murciano-Granadina. El queso Murcia al vino se madura más de 45 días, es de textura semidura, cremosa y elástica, de aromas suaves, poco salado y ligeramente ácido. Por su parte, el Queso de Murcia puede ser fresco, sin maduración, de color blanco intenso y marcas de pleita o bien curado más de 4 meses, resultando en este caso un queso firme con aromas intensos, lácticos maduros y tostados.

DATOS BÁSICOS: Las 126 granjas suman un censo de 86.124 cabras Murciano-Granadinas. Hay 8 queserías certificadas por el Consejo Regulador que alcanzaron en 2022 una producción total de 1.212.153 kilos de los tres tipos de queso. El queso Murcia al vino y Murcia curado se exportan en un 84 y 55 % respectivamente, mientras que el Murcia Fresco se distribuye a nivel nacional.

Consejo Regulador Denominaciones de Origen Protegidas

"QUESO DE MURCIA"



"QUESO DE MURCIA AL VINO"



Fresco



Murcia al Vino

Curado



Síguenos



www.quesosdemurcia.com
quesosdemurcia@quesosdemurcia.com

Queserías Certificadas Inscritas

Central Quesera Montesinos, S.L. / Tlf: 968 781 261 □ Quesería Félix Cano / Tlf. 968 413 702

Palancares Alimentación, S.L. / Tlf 968 653 133

Quesería Villavieja, S.L. / Tlf. 968 721 231 □ Alimer, S.Coop. / Tlf 968 460 812

Especialidades Lácteas / Tlf. 968 721 298 □ Coagacart, S.C.L. / Tlf. 968 166 236

Quesería BEEE / Tlf. 609 694 388

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 28.460 cabras y 64 explotaciones ganaderas, que producen 3.030.173 litros de leche al año. Las 15 queserías inscritas producen y comercializan una media anual de 435.619 kilos de Queso Majorero, con exportación a países de la Unión Europea y otros países del mundo.

Queso Manchego

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción se extiende por 399 municipios de Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo, en Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración de forma artesanal o industrial se utiliza exclusivamente leche cruda o pasteurizada de oveja Manchega. La maduración mínima es de 30 días para quesos con peso igual o inferior a 1,5 kg. y de 60 días para el resto de formatos. La maduración máxima es de 2 años. Su peso oscila entre 0,4 y 4 kg. Puede ser semicurado o curado y también en aceite. De pasta firme y compacta, de color amarillento o pardo oscuro, el sabor es fuerte, sabroso, de buen bouquet y retrogusto. Está considerado como uno de los mejores quesos de oveja del mundo.

DATOS BÁSICOS: 700 ganaderías y más de 550.000 ovejas producen más de 80 millones de litros de leche al año; 67 queserías artesanales e industriales elaboran y comercializan anualmente cerca de 15,5 millones de kilos de queso, de los que un 60% se destina a los mercados de exportación.

Queso Palmero

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción y elaboración se localiza en todos los municipios de la isla de San Miguel de la Palma, en la provincia de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora con leche de cabras de la raza Palmera, alimentadas aprovechando los recursos forrajeros de la zona de producción. Los quesos pueden ser ahumados con el humo de cáscaras de almendras, tunera seca y pino canario o madurados untados con aceite, gofio y harina. El producto resultante es de forma cilíndrica, un peso entre 0,75 y 15 kilos, de corteza blanca-amarillenta o parda, de pasta brillante o marfil, de textura firme y mantecosa, sabor ligeramente ácido.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 2.616 cabezas de ganado y 17 explotaciones ganaderas que producen algo más de un millón de litros de leche al año, de los que cerca de 238.000 están destinados a la elaboración de queso protegido. Las 17 queserías artesanales inscritas comercializan una media anual de 34.000 kilos de queso con DOP, que se destinan todos al mercado nacional.

Queso Zamorano

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción abarca toda la provincia de Zamora, en la comunidad autónoma de Castilla y León.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración de forma artesanal o industrial se utiliza exclusivamente leche de oveja de las razas Churra y

Castellana. El proceso de maduración nunca es inferior a 100 días y el peso puede alcanzar hasta 4 kilos. Puede ser curado o viejo, de pasta firme, compacta, de color variable desde el blanco hasta el amarillo marfil, con un sabor y aroma característicos, bien desarrollados, intensos y persistentes al paladar.

DATOS BÁSICOS: Están censadas 60 explotaciones ganaderas, con 39.696 ovejas, que producen 1,7 millones de litros de leche al año, y 9 queserías artesanales e industriales que comercializan una media anual de 330.000 kilos de queso, de los que el 85% se destina al mercado nacional y el resto a la exportación.

Quesucos de Liébana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de queso comprende 8 términos municipales de la comarca de Liébana, al oeste de Cantabria.

CARACTERÍSTICAS: Se elaboran con mezcla de leche de vaca (Tudanca, Pardo Alpina y Frisona), oveja (Lacha) y cabra (Pirenaica y cabra de los Picos de Europa). El período de maduración es de 2 meses cuando se utiliza

leche cruda e inferior cuando es con leche pasteurizada. El peso oscila entre los 400 y los 600 gramos y pueden elaborarse ahumados, resultando de color amarronado, con un ligero sabor y olor a humo. Sin ahumar son quesos de pasta firme y compacto y de color ligeramente amarillento.

DATOS BÁSICOS: Las 1.397 cabezas de ganado censadas (vacuno, ovino y caprino) en el Consejo Regulador y 23 explotaciones ganaderas producen 417.749 litros de leche al año. Las 6 queserías registradas producen y comercializan una media anual de 44.461 kilos de queso, que se destinan en su totalidad al mercado nacional.

Cuidemos las formas

LO MISMO QUE HACEMOS NOSOTROS PARA QUE
SIEMPRE PUEDES ELEGIR EL MEJOR QUESO TETILLA

D.O.P HECHO DE FORMA TRADICIONAL

EN GALICIA.

www.queixotetilla.org



San Simón da Costa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción y elaboración se localiza en la comarca de Terra Chá, al norte de la provincia de Lugo, en Galicia.

CARACTERÍSTICAS: El queso se elabora con leche de vaca procedente de las razas Rubia Gallega, Pardo Alpina, Frisona y sus cruces.

El proceso de maduración es de 60 días y después se procede al ahumado con madera de abedul. El queso presenta una forma entre peonza y bala, su corteza es de color amarillo-ocre y algo grasienta. La pasta es de textura fina, grasa, semidura, de color entre blanco y amarillo, y suave al corte. Se comercializa en formato ordinario de 0,8 a 1,5 kilos y en formato bufón de 400 gramos a 800 gramos.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene registradas 11.916 cabezas de ganado, 346 explotaciones ganaderas y 10 empresas queseras, que comercializan una media anual de 480.680 kilos de queso con DOP, destinados principalmente al mercado nacional.



Roncal

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de elaboración y producción de queso con Denominación de Origen Protegida se localiza en los 7 municipios que conforman el Valle del Roncal, en la Comunidad Foral de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utiliza exclusivamente leche cruda de oveja de las razas Latxa y Rasa. El período de maduración mínimo es de 4 meses. El queso es de formato cilíndrico, bien cortezado, compacto y de corte frágil. De color blanco marfil, tirando a amarillo pálido, posee un sabor recio, pronunciado, ligeramente picante, muy definido y mantecoso al paladar.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están censadas 52.905 ovejas en 206 explotaciones ganaderas, que producen 2,5 millones de litros de leche al año. Las 5 queserías registradas elaboran y comercializan una media anual de 413.144 kilos de queso, que se venden en más del 90% en el mercado nacional y el resto se destina a la exportación.

Torta del Casar

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA Y CARACTERÍSTICAS:

Los quesos Denominación de Origen Protegida (DOP) Torta del Casar se elaboran en 36 municipios de la provincia de Cáceres, a base de leche cruda de oveja, cuajo vegetal natural procedente de la flor del cardo *Cynara cardunculus* y sal. De pasta unttable de color blanco a marfil, textura blanda y fundente al paladar, presenta un aroma intenso y sabor desarrollado, apenas salado y ligeramente amargo, característica esta debida al uso del cuajo vegetal.

IDENTIFICACIÓN: La Torta del Casar resulta muy apreciada y, por supuesto, muy imitada. Es por ello que es fundamental destacar que los quesos certificados por la Denominación de Origen Protegida (DOP) Torta del Casar vienen rodeados por una exclusiva etiqueta de control rojo y oro, y numeradas individualmente, lo que constituye el elemento común que hace que se diferencie de cualquier otro queso de características parecidas.

DATOS BÁSICOS: Actualmente el Consejo Regulador tiene inscritas 22 ganaderías con 16.000 ovejas que han producido en 2020 un total de 2.728.500 litros. Por su parte, las 6 industrias queseras certificadas produjeron 292.100 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 sector ganadero-cárnico es un motor fundamental de la economía rural y es un agente indispensable de desarrollo social y económico. La ganadería emplea de forma directa a unas 500.000 personas y las industrias cárnicas y el comercio minorista de la carne, a cerca de 200.000 empleados, según fuentes del sector. La actividad ganadera se desarrolla en más de 350.000 granjas, distribuidas por todas las comunidades autónomas.

A efectos de calcular la renta agraria, el subsector de las carnes y el ganado generó en 2022 un valor total de 18.973,2 millones de euros expresados en valores corrientes a precios básicos, una cifra superior en un 20,7% a la del año precedente, según los datos del Ministerio de Agricultura.

De acuerdo con las mismas fuentes, el subsector cárnico-ganadero representó en 2022 el 30% de la Producción Final Agraria y el 75,6% 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.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES CARNES (Miles de toneladas)

CCAA	2020	2021	2022
AVES	1.707,99	1.629,45	1.632,7
CAPRINO	10,15	10,12	11,4
CONEJOS	51,18	47,52	40,93
OVINO	115,11	120,38	119,81
PORCINO	5.003,43	5.180	5.027,4
VACUNO	677,7	717,87	733,75
*OTRAS CARNES	10	9	8,8
TOTAL	7.575,6	7.758,83	7.574,8

FUENTE: MAPA.*Equino principalmente

A grandes rasgos y en conjunto, en 2022 se produjo una caída en el volumen de producción (-0,7% con respecto a 2021), así como también un incremento de los precios medios de la carne y el ganado (21,5%).

En 2022, todos los sectores, excepto el vacuno y las aves, disminuyeron su producción con relación al año anterior.

Sumando todas las producciones, se alcanzaron los 7,57 millones de toneladas de carne, un 2,3% menos que en 2021.

En su conjunto, las exportaciones de carnes y productos cárnicos alcanzaron en 2022 un valor de 9.708 millones de euros, un 9,8% más que en el año anterior,

según datos del Ministerio de Agricultura. El grueso de estas ventas se realizó a los países de la UE y el subsector que más exportó, con mucha diferencia sobre el resto, fue el porcino.

En la Unión Europea, por su lado, el conjunto de las producciones cárnicas generó en 2022 un valor -a efectos de calcular la renta agraria- de unos 113.077 millones de euros. Este subsector cárnico representa el 54,7% de toda la Producción Ganadera final de la UE y el 20,5% de toda la Producción Agraria. ■

PORCINO

Por su aportación a la economía, el porcino es el principal sector ganadero en España. En 2022, el sector del porcino supuso el 40% de la Producción Final Ganadera y el 16% de la Producción Final Agraria (porcentajes ambos superiores a los del año anterior), según los datos del Ministerio de Agricultura, publicados a efectos de calcular la renta agraria anual.

Expresado en euros corrientes, el valor alcanzado por el sector porcino en 2022 ascendió a 10.103,6 millones de euros, unos 1.700 millones de euros más que en 2021.

A efectos de la renta agraria, la producción de carne de porcino disminuyó en cantidad un 2,2% (el año anterior había aumentado un 3,4%) y los precios subieron un 22,1%, dos hechos que propiciaron una subida del valor final generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria en un 19,4%.

Según los datos de la Encuesta de Sacrificio en Mataderos del MAPA, en 2022 se frenó la tónica de crecimiento de los últimos años y se redujo la producción nacional hasta los 5,02 millones de toneladas, un 3% menos.

Al contrario que en el año anterior, el número de explotaciones dedicadas al porcino disminuyó en 2022 hasta las 86.250 granjas, de las que 66.592 eran de producción intensiva. En los últimos años, el sector ha sufrido una profunda reestructuración.

La falta de coincidencia entre las regiones con más explotaciones y las que tienen más ganado se debe a que en las últimas priman las granjas intensivas de mayor tamaño.

Al acabar 2022 el censo de porcino de producción cárnica (sin incluir al cerdo ibérico) rondaba los 30 millo-

PRODUCCIÓN DE CARNE DE PORCINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Toneladas)			
CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	304.354,9	310.914	281.823
ARAGÓN	917.506,9	1.023.560	978.740
ASTURIAS	4.527,1	4.436,3	4.361
BALEARES	3.195,3	3.289	3.120
C. VALENCIANA	126.975,7	127.611	128.266
CANARIAS	5.155,4	5.173	4.739
CASTILLA LA MANCHA	407.351,9	413.969	392.015
CASTILLA y LEÓN	663.926,3	631.315	650.076
CATALUÑA	1.995.188,2	2.080.549	2.057.580
EXTREMADURA	74.638,4	70.651	67.209
GALICIA	91.615,9	88.398	84.615
LA RIOJA	1.412,3	1.311	1.356
MADRID	42.532,0	46.059	33.579
MURCIA	361.704,0	369.224	375.222
NAVARRA	1.961,7	2.051	2.127
OTRAS COMUNIDADES	1.386,6	1.548	1.520
TOTAL	5.003.432,6	5.180.058	5.027.402

FUENTE: MAPA

PRODUCCIÓN DE CARNE DE PORCINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	95.763	107.935	114.577
UE	23.031	23.393,7	22.066,5
ESPAÑA	5.003,43	5.180	5.027,4

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

nes de cabezas. De este censo total, unos 13,8 millones de animales eran cerdos cebados y 9,7 millones eran lechones.

Cuando las cosas se hacen tan bien, generan afición

elPOZO



Carlos Alcaraz
El N°1 más joven
de la historia

ElPozo marca N°1
en penetración
en hogares a nivel
nacional en el
Sector Alimentación



Hay que ser muy bueno para generar tanto interés.
Hay que ser muy grande para conquistar a tanta gente.
Y es que, cuando las cosas se hacen tan bien,
generan afición. Una grande y sana afición.

ElPozo, la marca de alimentación
con más aficionados.

CARLOS ALCARAZ

*Uno más
de la familia* **elPOZO**

Por su censo, destacaron en 2022 Aragón (28,3% del total), Cataluña (23,4%), Castilla y León (13%) y Murcia (6,9%).

Respecto al comercio exterior, al contrario que en los seis años previos, en 2022 se redujeron las ventas exteriores de carne de porcino y productos derivados. Según los datos de Aduanas, se alcanzó en el conjunto del año un volumen de cerca de 2,9 millones de toneladas (un año antes casi se llegó a los 3,1 millones de toneladas). Sin embargo, el valor de esas importaciones de carne y productos derivados ascendió a 8.279 millones de euros, un 7,5% más que en el año anterior. El año 2022 supuso para el sector un punto de inflexión debido a la caída de ventas a China (un 44%), como consecuencia de que la producción de carne del país asiático se recuperó. Las carnes y derivados del porcino se vendieron en 111 países.

Por su parte, el volumen de carne y resto de productos de porcino importados alcanzó un valor en 2022 de 559,1 millones de euros, 53 millones más que en el año anterior. Con estos datos, el saldo comercial del sector porcino quedó en 7.719,9 millones de euros, más del doble que una década antes.

Entre los países de destino de las exportaciones destacó China, que compró a España carne y productos cárnicos derivados del porcino por un volumen superior a 698.000 toneladas. Las exportaciones a China decrecieron un 44% en 2022 y también lo hicieron las ventas a Francia (3,6%).

Por el contrario, aumentaron las compras a Italia (20%), Filipinas (43%), Japón (32,8%), Portugal (7,2%), Corea del Sur (20,8%), Polonia (24,1%), Rumanía (28,6%), Alemania, República Checa, Reino Unido, Bulgaria, Hungría y Taiwán.

PORCINO EN LA UE Y EN EL MUNDO

A nivel comunitario, el valor generado por la carne de porcino a efectos de la renta agraria en 2022 fue de 42.456 millones de euros, el 8% de la renta agraria total. La producción de carne de porcino en 2022 fue de 22 millones de toneladas. Los países europeos que más aportaron a esa producción en 2022 fueron España (23%), Alemania (20%), Francia (10%), Polonia (8%), Holanda (8%), Dinamarca (7%) y Italia (6%), según datos de la Comisión.

En cuanto al comercio, en 2022 se vendieron 5,46 millones de toneladas de carne de porcino por parte de los países de la UE, un volumen muy por debajo de los 6,4 millones del año precedente. Los principales

CABAÑA ESPAÑOLA DE PORCINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas. Incluidas las de cerdo ibérico)

CCAA	EFECTIVOS TOTALES		
	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	2.758,7	2.790	2.700,8
ARAGÓN	8.778,7	9.874,7	9.623,2
ASTURIAS	6,9	7	6,3
BALEARES	53	44,6	53,6
C-VALENCIANA	1.206,6	1.034,61	1.306,8
CANARIAS	50,7	37,54	41,1
CANTABRIA	0,9	0,8	1,3
CASTILLA Y LEÓN	4.400,50	4.564,42	4.431,27
CASTILLA-LA MANCHA	1.727	1.874,66	1.817,8
CATALUÑA	7.953,1	8.020,9	7.948,7
EXTREMADURA	1.455,3	1.526,65	1.283,2
GALICIA	1.286,7	1.196,3	1.490,6
LA RIOJA	135,1	112	133,5
MADRID	20,7	20,6	17,8
NAVARRA	685,6	828,6	841,6
PAÍS VASCO	36	37	34,7
R. MURCIA	2.120,1	2.483,67	2.340,5
TOTAL ESPAÑA	32.676,6	34.454,1	34.073

FUENTE: MAPA

destinos de estas carnes fueron China, Reino Unido y Japón.

En el mundo la producción de carne de porcino en 2022 alcanzó los 114 millones de toneladas, según datos del Gobierno de Estados Unidos, un 6% más que en el año anterior. China es el primer productor (45% del total), seguido de la UE (20%), Estados Unidos (11%), Brasil (4%), Rusia (4%), Vietnam (2%) y Canadá (2%). Estados Unidos es el primer país exportador de carne de porcino del mundo, seguido por España desde el año 2021.

PORCINO IBÉRICO

Además del porcino de capa blanca, en España hay también una importante producción de cerdo ibérico, que es la base de una potente industria chacinera. En 2022 el censo de ganado porcino ibérico se sitúa en unos 3,39 millones de cabezas. Asimismo, la producción de carne de cerdo ibérico se elevó a 599.400 toneladas en canal.

Extremadura cuenta con el mayor número de efectivos (36% del total), seguida de Castilla y León (33%), Andalucía (24%) y Castilla-La Mancha (5,8%).

VACUNO

El sector de vacuno de carne está integrado por dos grandes subsectores: el de las vacas madres y el del vacuno 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, normalmente, en localizaciones geográficas alejadas. La etapa o fase más delicada es el de la vaca de cría o vaca nodriza, como normalmente se denomina a las hembras reproductoras, que adquieren este nombre por el hecho de amamantar a los terneros que paren, sin someterse en ningún momento al ordeño.

El objetivo de producción de este sector de las vacas nodrizas es suministrar terneros para la producción de carne. En este grupo de vacas destacan las razas autóctonas españolas (avileña-negra ibérica, asturiana de los valles y asturiana de la montaña, morucha, retinta y rubia gallega) aunque también existen razas importadas, como la charolesa y la limusine y los cruces de éstas con las razas autóctonas.

Las vacas nodrizas se encuentran principalmente en Castilla y León, Extremadura y Andalucía, seguidas por Galicia, Asturias y Cantabria. Más concretamente, 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 (en torno a 15 de media). En todos los casos, alimentan el ganado con los recursos propios de la explotación y complementan con paja y sus propios forrajes conservados y algo de concentrado, en determinados meses del año en los que los recursos pastables se han agotado.

Por su parte, en el subsector del cebo las explotaciones son intensivas y la alimentación de los animales se suele realizar 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 por su producción provincias como Lleida, Toledo o Segovia.

IMPORTANCIA DEL 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.

CABAÑA ESPAÑOLA DE VACUNO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS
(Miles de cabezas, incluidas vacas lecheras)

CCAA	EFECTIVOS TOTALES		
	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	544,2	540,77	513,1
ARAGÓN	397,3	395,43	412,2
ASTURIAS	395	391,49	375
BALEARES	26,5	26,1	25,3
C-VALENCIANA	57	54,25	53,4
CANARIAS	20,1	20,38	20,8
CANTABRIA	279,3	272,74	292,8
CASTILLA Y LEÓN	1.475,3	1.484,67	1.454,4
CASTILLA-LA MANCHA	480,2	466,72	468,1
CATALUÑA	650,8	628,6	581,5
EXTREMADURA	890,2	891,32	860,8
GALICIA	939	932,77	941,9
LA RIOJA	42,3	41,99	40,8
MADRID	94,9	94	89,2
NAVARRA	123,4	123,38	120,4
PAÍS VASCO	136,5	133,92	127,7
R. MURCIA	83,8	77,6	77,2
TOTAL ESPAÑA	6.636,4	6.576,29	6.455,1

FUENTE: MAPA

A efectos de calcular la renta agraria, el volumen de carne producida en España aumentó en 2022 un 2,2%, siguiendo la tendencia del año anterior. Asimismo, los precios subieron de media un 26,7%, con lo que el valor generado por este subsector aumentó también un 29,6%, hasta llegar a 4.103 millones de euros, expresados en valores corrientes.

El sector de vacuno de carne español representaba en 2022 el 16,4% de la Producción Final Ganadera y el 6,5% de la Producción Final Agraria, porcentajes ambos superiores a los del año precedente.

En 2022, el censo de ganado vacuno destinado a la producción de carne (excluidas las vacas lecheras) superaba los 5,64 millones de animales. La cabaña bovina de carne por regiones estaba liderada por Castilla y León, Extremadura y Galicia.

Por su lado, la producción de carne de vacuno en España aumentó ese año y ascendió a 731.520 toneladas, un 1,9% más que en el año anterior. Cataluña aportó en 2022 el 18,3% de la producción de carne; Castilla y León el 16,7%, Galicia el 13,3% y la Comunidad Valenciana (12,1%).

COMERCIO EXTERIOR

En 2022 disminuyeron en volumen las exportaciones del sector (animales vivos y carnes), aunque el resultado no fue igual para todos los subgrupos. Así, las ventas de carnes frescas y congeladas (222.700 toneladas) aumentaron un 6%, mientras que las de animales vivos (70.000 toneladas) disminuyeron con respecto al año anterior un 30% en volumen, según datos de Aduanas.

Por su lado, entre las importaciones se registró un crecimiento del 6% con respecto al año anterior en el sector de las carnes (se importaron 112.800 toneladas, según datos de Aduanas) y un retroceso del 15% en el grupo de los animales vivos (su peso fue de 70.800 toneladas).

El valor de compra de las carnes de vacuno se elevó no obstante a 847,2 millones de euros, mientras que el de los animales vivos disminuyó hasta los 241 millones de euros. Igualmente, el valor alcanzado por las exportaciones de carne de vacuno en total (fresco, congelado, refrigerado, etc.) superó los 1.212 millones de euros, al tiempo que el de los animales vivos quedó en 239 millones

El grueso de los intercambios del sector se produjo con países de la Unión Europea. Entre los países que más compraron destacan Portugal e Italia, mientras que entre los que más vendieron sobresalió Polonia. Fuera de la UE, los principales mercados de la carne de vacuno española son Canadá, Indonesia, Marruecos, Reino Unido, Filipinas, Vietnam y Japón.

VACUNO EN LA UE Y EN EL MUNDO

El sector del vacuno de carne español aporta el 11% de la producción total comunitaria, pero la aportación del sector del vacuno de carne a la renta agraria europea es muy superior a la que representa en España.

Este sector generó en 2022 un valor de cerca de 35.900 millones de euros a efectos de calcular la renta agraria, un 20,6% más que en el año precedente. De esta cifra, Francia aportó el 29% y Alemania el 12%, según datos de la Comisión Europea.

El censo de vacuno en la UE empezó a crecer en 2011 tras varios años de continuadas caídas. Tocó techo en 2017 y desde ese año no ha dejado de bajar. En 2022, el censo total de vacuno rondaba los 74,8 millones de cabezas, cifra inferior a la del año precedente, de las que un 23% estaba en Francia. Por detrás de Francia en cuanto a censo se situaron Alemania, España e Irlanda.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE VACUNO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2020	2021	2022
MUNDO	57.678	58.384	59.348
UE	6.816	6.798	6.640
ESPAÑA	677,7	717,87	733,75

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

PRODUCCIÓN DE CARNE DE VACUNO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	27.286,2	27.539	28.461
ARAGÓN	36.226,5	39.669	42.497
ASTURIAS	16.862,0	16.852	16.466
BALEARES	2.033,5	2.218,2	2.107
C. VALENCIANA	79.301,0	87.389	88.711
CANARIAS	3.004,4	3.152	3.639
CANTABRIA	0,7	11.003	9.936
CASTILLA LA MANCHA	54.038,8	53.589,4	57.929
CASTILLA y LEÓN	110.847,5	111.282,3	119.705
CATALUÑA	125.355,2	132.408	135.079
EXTREMADURA	32.226,8	39.811,4	35.686
GALICIA	95.603,1	100.752	97.233
LA RIOJA	3.122,8	2.453	2.218
MADRID	35.100,7	42.359	42.796
MURCIA	24.221,1	21.602	20.921
NAVARRA	9.521,8	13.403	17.123
PAÍS VASCO	12.629,5	12.396,9	11.020
TOTAL	677.740,4	717.879	733.748

FUENTE: MAPA

La producción de carne de vacuno en la UE se elevó a 6,64 millones de toneladas, un 2% menos que en 2021. A esa producción, Francia aportó el 20,5%, Alemania el 14,8% e Italia el 11,2%. España ocupó el cuarto lugar en el ranking comunitario, con el 11%.

Con respecto a la balanza comercial, entre animales vivos, carnes frescas y congeladas y otros preparados, la UE exportó en 2022 en torno a un millón de toneladas. Los destinos principales de esas exportaciones fueron el Reino Unido y países como Argelia o Israel.

Por su lado, en volumen se importaron (entre animales, carnes y preparados) un total de 341.583 toneladas (un 14% más) y en este caso la principal partida fue la de carne fresca. Entre los países que más vendieron a la UE sobresalieron Argentina, Uruguay, Brasil y Reino Unido.

A nivel mundial, la producción de carne de vacuno en 2022 aumentó un 2% hasta superar los 59,3 millones

de toneladas, según estimaciones del Departamento de Agricultura del Gobierno de Estados Unidos (USDA).

La exportación mundial de carne de vacuno (fresca y congelada) en 2022 rondó los 12,04 millones de toneladas (las ventas aumentaron un 5,2%) y las importaciones los 10,2 millones de toneladas (también por encima del año anterior).

China fue el país que más carne importó a nivel mundial (cerca del 30%), seguido de Estados Unidos, mientras que los países que más exportaron fueron Brasil y Estados Unidos, según datos del gobierno norteamericano.

OVINO Y CAPRINO

El sector de la producción de carne de ovino y de caprino ocupa el sexto lugar por su aportación económica al sector ganadero, leche y huevos incluidos. A efectos de calcular la renta agraria anual, el Ministerio de Agricultura estimó en 2022 que la producción de carne de ovino y de caprino disminuyó en volumen un 0,2%, mientras que sus precios subieron un 8,1% (en el año anterior también subieron). Conforme a estos datos, el valor generado por este subsector se incrementó un 7,9% con respecto al año precedente.

El sector ovino-caprino representaba en 2022 el 2,2% de la Producción Final Agraria nacional y el 5,5% de la Producción Final Animal, porcentajes ambos por debajo de los que representó en 2021 este subsector ganadero. El valor estimado de la producción de ovino-caprino, a efectos de calcular la renta agraria, ascendió a 1.389,6 millones de euros.

CABAÑAS A LA BAJA

La cabaña de ovino destinado a la producción de carne volvió a descender en 2022 hasta los 12,4 millones de cabezas. Asimismo, la producción de carne de ovino rondó las 119.140 toneladas, un volumen inferior en un 1% respecto a la del año precedente.

Por su producción de carne de ovino destacaron en 2022 Castilla y León (30,2% del total), Castilla-La Mancha (12,5%), Cataluña (12,3%) y Murcia (10,7%).

Respecto al subsector del caprino para carne, el censo se mantuvo en 2022 hasta llegar a 1,25 millones de animales. En cuanto a la producción de carne de caprino, al contrario que en el año precedente, se registró un aumento y quedó en 11.000 toneladas. La mayor producción de carne de caprino en España está en Andalucía (38% del total), Canarias (19,4%), Murcia (12,6%) y Castilla-La Mancha (9,2%).

COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial en el sector del ovino-caprino tuvo un saldo muy positivo en 2022, como es habitual. Las exportaciones de carne y despojos comerciales de ovino y caprino se elevó a 49.018 toneladas, un 7,3% menos que en el año anterior, según datos de Aduanas. De este volumen, cerca del 90% correspondió al comercio intracomunitario, con Francia e Italia como destinos principales. Sin embargo, el valor de las ventas aumento, hasta llegar a 303 millones de euros.

En cuanto a las importaciones, el volumen total (carne y despojos) ascendió a 7.750,4 toneladas, un 27% más que en 2021. Como en el caso de las exportaciones, el grueso de las compras de carne y despojos procedió de los países de la UE.

Al margen del comercio de carne, también hay en el sector ovino-caprino intercambios de animales vivos. Los animales vivos exportados pesaron 53.038 toneladas, un 27% más que un año antes, cuando el peso de esos animales se redujo en un porcentaje similar.

En cuanto a las importaciones de animales vivos, su peso rondó las 2.585,5 toneladas, 557 toneladas menos que en el año 2021.

OVINO-CAPRINO EN LA UE

El valor generado por el sector productor de carne de ovino y caprino en la Unión Europea, a efectos de calcular la renta agraria, superó en 2022 los 4.719 millones de euros, lo que supone aproximadamente el 2,2% de la Producción Ganadera final.

El censo total de ovino (carne, leche, cría, etc.) se elevó a 57.650 cabezas, casi 1.000 animales menos que un año antes, mientras que el de caprino total llegó a 10.854, también por debajo del año anterior.

Carnes y productos cárnicos

CABAÑA ESPAÑOLA DE OVINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas, incluidas ovejas lecheras)				
EFECTIVOS TOTALES				
CCAA	2020	2021	2022	
ANDALUCÍA	2.276,40	2.186,36	2.054,8	
ARAGÓN	1.629,8	1.546,37	1.461	
ASTURIAS	58,6	57,48	58	
BALEARES	280,5	272,97	256,3	
C-VALENCIANA	285,1	271,88	273,9	
CANARIAS	40	38,61	40,4	
CANTABRIA	39,6	40,19	38,6	
CASTILLA Y LEÓN	2.502	2.430,86	2.289,3	
CASTILLA-LA MANCHA	2.410,3	2.315,66	2.326	
CATALUÑA	488,2	466,88	446,2	
EXTREMADURA	3.733,60	3.725,39	3.645,9	
GALICIA	186,8	184,1	163,2	
LA RIOJA	100,2	101,24	94,3	
MADRID	106	105,13	99,13	
NAVARRA	467	460,62	419,8	
PAÍS VASCO	217,3	213,78	210	
R.MURCIA	617,4	633,78	575,6	
TOTAL ESPAÑA	15.439,20	15.081,34	14.452,6	

FUENTE: MAPA

CABAÑA ESPAÑOLA DE CAPRINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas)				
EFECTIVOS TOTALES				
CCAA	2020	2021	2022	
ANDALUCÍA	1.019,7	993,65	917,4	
ARAGÓN	51	50	47,4	
ASTURIAS	37,7	35,85	35,3	
BALEARES	13,6	13,5	12,4	
C-VALENCIANA	81	75,77	72,5	
CANARIAS	200,7	203,93	206,9	
CANTABRIA	20	20,56	19,6	
CASTILLA Y LEÓN	148,9	149,32	140,3	
CASTILLA-LA MANCHA	387,2	368,6	360,3	
CATALUÑA	75,5	72,1	68,8	
EXTREMADURA	267	255,87	239,6	
GALICIA	44,7	44,27	40,2	
LA RIOJA	11,3	11,28	10,2	
MADRID	39,6	40,39	37,6	
NAVARRA	12,7	14,27	15,4	
PAÍS VASCO	26,8	27,35	27,9	
R.MURCIA	213	213	211,5	
TOTAL ESPAÑA	2.651,0	2.589,76	2.463,4	

FUENTE: MAPA

PRODUCCIÓN DE CARNE DE OVINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2020	2021	2022	
MUNDO	9.817	9.959,8	9.910	
UE	524	522	479	
ESPAÑA	115,11	120,66	119,81	

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CAPRINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2020	2021	2022	
MUNDO	6.287,9	6.397,7	6.390	
UE	54	57	54	
ESPAÑA	10,15	10,1	11,4	

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

PRODUCCIÓN DE CARNE DE OVINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Toneladas)				
CCAA	2020	2021	2022	
ANDALUCÍA	6.990	7.493	6.766	
ARAGÓN	12.521	12.703	12.443	
BALEARES	1.452,5	1.377,4	1.435	
C. VALENCIANA	7.780	7.813,1	7.517	
CANARIAS	135	125,0	149	
CASTILLA LA MANCHA	15.569	15.079,0	15.687,0	
CASTILLA y LEÓN	31.669	36.414,0	38.139,0	
CATALUÑA	15.099	14.835,0	13.451,0	
EXTREMADURA	2.988,3	3.581,0	3.216,0	
GALICIA	263,3	313,0	378,0	
LA RIOJA	3.332,1	3.238,0	3.513,0	
MADRID	1.189,0	1.385	1.464,0	
MURCIA	12.603,3	12.886,0	11.965,0	
NAVARRA	2.780	2.369,0	2.342,0	
PAÍS VASCO	616	637,0	541,0	
OTRAS COMUNIDADES	130	137,0	141,0	
TOTAL	115.117	120.660	119.811,0	

FUENTE: MAPA

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CAPRINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Toneladas)				
CCAA	2020	2021	2022	
ANDALUCÍA	3.906	3.847	4.490	
ARAGÓN	244	175	220	
ASTURIAS	32	40	34	
BALEARES	32	28	32	
C. VALENCIANA	318	259	205	
CANARIAS	1.974	1.968	1.924	
CASTILLA LA MANCHA	778	936	962	
CASTILLA y LEÓN	823	863	1.103	
CATALUÑA	442	354	343	
EXTREMADURA	84	61,4	49	
GALICIA	50	45	61	
LA RIOJA	107	118	125	
MADRID	103	96	126	
MURCIA	1.203	1.279	1.351	
NAVARRA	33	38	33	
OTRAS COMUNIDADES	19	20	16	
TOTAL	10.149	10.127	11.406	

El censo de animales ovinos dedicados a la producción de carne en 2022 ascendió a 33,4 millones de cabezas, según datos de la Comisión Europea. España contaba con el 26% de esa cabaña, ocupando el primer lugar dentro de la UE. Por detrás se sitúan Rumania (19%), Grecia (12%), Francia (11%), Irlanda (9%), Italia (8%), Alemania (4%), Portugal (3%) y Bélgica (2%).

Por su lado, el censo de caprino destinado realmente a la producción de carne en la UE llegó en 2022 a 5,24 millones de cabezas de ganado, de las que un 30% estaban en Grecia. A continuación se situaron España (22%), Rumania (21%), Francia (11%), Países Bajos (4%), Portugal (3%) e Italia (3%).

Desde hace más de una década la producción de carne de ovino y caprino en la UE ha ido perdiendo peso, a pesar de la incorporación de grandes países productores como Rumanía y Bulgaria.

En todo caso, en 2021 la producción comunitaria de carne de ovino y caprino rondó las 533.000 toneladas, según estimaciones de la Comisión Europea, lo

que supuso un incremento notable con respecto al año precedente.

De la producción total, correspondió a la carne de ovino 479.000 toneladas (un 8% menos que en el año anterior) y el resto al caprino.

El consumo aparente se estimó, según la Comisión, en cerca de 687.000 toneladas, lo que supone que la UE tiene que comprar carne en el exterior porque su nivel de autoabastecimiento estaba en 2022 en el 91%. En este sentido, la UE es claramente deficitaria en carne de ovino-caprino, que importa principalmente desde Australia y Nueva Zelanda.

Anualmente se importan más de 160.000 toneladas de carne y productos derivados del ovino y del caprino. Además, la UE también está exportando animales vivos a países de Oriente Medio y de África. En 2022 se incrementaron mucho esas exportaciones (1,7 millones de cabezas de corderos vivos y 1,06 millones de animales adultos, según datos de la Comisión).

CARNE DE AVES

El sector de la carne de aves representó en 2022 el 4,9% de la Producción Final de la rama agraria y el 12,4% de la Producción Final de la rama ganadera. En ambos casos, los porcentajes fueron superiores a los del año 2021.

Al contrario de lo que sucedió un año antes, a efectos de calcular la renta agraria la cantidad de carne producida en 2022 en España aumentó (1,3%), al tiempo que los precios subieron un 19,7%. Con estos datos, el valor generado por el sector avícola de carne se incrementó un 21,3% y se situó en 3112,9 millones de euros, según datos del Ministerio de Agricultura.

La producción total de carne de aves (pollos, pavos, patos, etc.) se estimó en 1,63 millones de toneladas, un 0,56% más que en 2021, según la Encuesta de Sacrificio Ganadero.

Como cada año, el grueso de la producción de carne en el sector de las aves fue la de broilers o pollos (1,33 millones de toneladas, volumen por debajo del año precedente) y a mucha distancia quedó la carne de pavo.

La mayor producción de carne de aves en 2022 se concentró en Andalucía (23,5%), seguida de Catalu-

ña (21,8%), Galicia (12,3%) y Comunidad Valenciana (10,6%).

En España había en abril de 2023 un total de 22.790 explotaciones avícolas (cifra superior a la que había un año antes), de las que 7.491 eran granjas de pollos, menos que un año antes.

El resto de las granjas estaban destinadas a la cría de pavos, perdices, palomas, codornices, patos, pintadas, ocas, entre otras aves. Estos datos dan una idea del peso que la producción de carne de pollo tiene en el sector avícola español. No obstante, las granjas de pollos han pasado de representar el 74% de todas las explotaciones avícolas en el año 2007, a sólo el 32,8% en 2023.

El mayor número de granjas de pollos destinados a la producción de carne se encuentran en Cataluña, Castilla y León, Andalucía, Aragón Galicia y Comunidad Valenciana.

Con respecto al comercio exterior, en 2022 se importaron 245.048 toneladas en total de todos los productos del sector avícola de carne (Unión Europea y el resto de países terceros), lo que supuso un notable incremento respecto al año precedente.

PRODUCCIONES DE CARNE DE AVES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	115.000	115.100	115.000
UE	13.553	13.191	12.845
ESPAÑA	1.707,99	1.629,45	1.632,7

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

PRODUCCIONES DE CARNE DE POLLOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	99.808	101.200	102.038
UE	10.857	10.735	10.639
ESPAÑA	1.401	1.331	1.350

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

PRODUCCIONES DE CARNE DE PAVO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	6.029,2	5.792,4	5.650
UE	1.916	1.791	1.660
ESPAÑA	226	225	232

PRODUCCIÓN DE CARNE DE AVES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	437.372	406.189	393.976
ARAGÓN	1.686	1.752	1.421
BALEARES	246	264	269
C. VALENCIANA	198.682	162.919	173.068
CANARIAS	12.173	11.281	9.967
CASTILLA LA MANCHA	65.091	65.418	59.281
CASTILLA y LEÓN	126.635	130.191	141.792
CATALUÑA	354.957	350.176	355.798
EXTREMADURA	79.499	74.954	82.497
GALICIA	223.523	217.837	201.078
MADRID	52.415	49.977	51.847
NAVARRA	86.930	85.74	93.926
OTRAS COMUNIDADES	68.786	73.221	67.820
TOTAL	1.707.998	1.629.454	1.632.740

PRODUCCIONES DE CARNE DE PATO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	6.159,6	6.201,7	6199
UE	375	382	298
ESPAÑA	5	5	3



Por su parte, se exportaron 250.450 toneladas de estos productos, un 3,3% más que un año antes. La mayor parte de los intercambios comerciales se realizaron con los países de la Unión Europea (176.704 toneladas exportadas y 211.527 toneladas importadas). Fuera de la UE, los principales destinos de las exportaciones fueron Sudáfrica, Reino Unido y Benin, mientras que dentro de la UE destacaron como países receptores Francia, Alemania y Polonia.

CARNE DE AVES EN LA UE

Según los datos de la Comisión Europea, en 2022 se produjeron un total de 12,84 millones de toneladas de carne de aves en la Unión Europea, un 3% menos que en el año anterior. De la producción total, un 84,4% correspondió a la carne de pollo; el 12,7% a la de pavo; el 2,6% a la de pato (el resto son otras carnes como ganso, etc.).

Seis países se reparten el 73% de toda la producción de carne de ave de la UE. Polonia fue un año más el país con mayor producción de carne de aves en su conjunto (21%), seguido de España (13%), Alemania (12%), Francia (11%), Italia (9%) y Países Bajos (7%). Con respecto al año precedente, España y Alemania mejoraron su posición, al contrario que Francia e Italia.

De la producción total de carne de aves de la UE, 10,6 millones de toneladas fueron carne de pollo, un 1% menos que en 2021. El país con mayor producción de pollo fue Polonia, seguido de España, Francia e Italia.

De acuerdo con los datos de la Comisión, el consumo comunitario de carne de ave se fijó en algo más de 11,94 millones de toneladas en el año 2022, con un crecimiento moderado respecto al año precedente. Con estos datos, el nivel de autoabastecimiento fue del 109%.

Las exportaciones de carne de aves (pollo en su mayor parte) de la UE superaron en 2022 los 2 millones de toneladas, cifra muy inferior a la de 2021. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países como Reino Unido, Ghana, Ucrania y Benin.

En cuanto a las importaciones, en 2022 aumentaron hasta las 855.000 toneladas (58.000 toneladas más que un año antes). Los países que más carne de aves suministraron a la UE fueron Brasil, Ucrania y Tailandia.

CARNE DE AVES EN EL MUNDO

Respecto a la producción mundial de carne de aves, en 2022 se superaron los 115 millones de toneladas, un 1% menos que el año anterior.

El grueso de la producción de carne de aves es el pollo, cuya producción mundial ascendió en 2022 a 102,5 millones de toneladas frente a los 101 millones de toneladas del año anterior, de acuerdo con la estimación de la oficina de agricultura de Estados Unidos (USDA).

El país que más carne de pollo produjo en 2022 fue Estados Unidos (20,9 millones de toneladas, frente a los 20,4 millones del año anterior). Le siguió Brasil, con 14,46 millones de toneladas y China con 14,3 millones de toneladas. Estos dos últimos países redujeron su producción con respecto al año anterior. Tras estos países se sitúa en la producción de carne de aves la Unión Europea y a muy larga distancia, Rusia, India, México, Tailandia, Argentina y Turquía.

El USDA estimó también que el consumo mundial de carne de pollo en 2022 fue de 99,6 millones de toneladas, un volumen superior al del año anterior. En este caso, el país con un mayor consumo fue Estados Unidos (17,6 millones de toneladas). Otros países que consumen mucha carne de pollo son Brasil y China.

Con relación al comercio, a nivel mundial se importaron 11,12 millones de toneladas y se exportaron 13,5 millones de toneladas. Los países que más carne de aves exportaron fueron Brasil, Estados Unidos, la Unión Europea, Tailandia, Turquía y China. Por su parte, los países que más importaron en 2022 fueron Japón, México y el Reino Unido, según los datos del USDA.

CARNE DE PAVO

Tras la producción de carne de pollo, la segunda en importancia dentro del subsector de las carnes de aves es la de pavo. Desde 2007, el número de granjas dedicadas a la producción de pavos en España no ha dejado de crecer, para satisfacer la creciente demanda de carne. En 2022 había 1.880 granjas dedicadas a la producción de carne de pavo. El número de granjas representaba más del 8,8% del total de las granjas de aves.

Por su lado, el censo de pavos superaba los 14 millones de animales, más del doble de los que había una década antes. Andalucía es la región con más pavos censados (32% de la cabaña), seguida de Cataluña (24%) y Galicia (23%).

En 2022, la producción nacional de carne de pavo se elevó por encima de las 232.000 toneladas, unas 7.000 toneladas más que en el año anterior.

La balanza comercial en el sector de la carne de pavo es positiva, ya que siempre se exporta más de lo que se importa. En 2022 aumentó la exportación en volumen

(4.459 toneladas de carne, frente a 1.282 toneladas del año anterior, según Aduanas), mientras que las importaciones se desplomaron al pasar de 2.668 toneladas a sólo 565 toneladas en 2022.

En la UE, la cría de pavos tiene una mayor importancia económica y social que en España. Según datos de la Comisión Europea, un 13% de la producción comunitaria de carne de aves en 2022 era de pavo. En total, la producción comunitaria de carne de pavo superó ese año los 1,66 millones de toneladas, un 7% menos que un año antes.

El país con mayor producción de carne de pavo es Polonia (409.000 toneladas en 2022), seguido de Alemania (406.000 toneladas) y Francia (245.000).

A nivel mundial la producción de carne de pavo rondó en 2022 los 5,6 millones de toneladas (un 2% menos que un año antes) y el país que más produjo fue Estados Unidos, con cerca de 3 millones de toneladas. Por detrás de Estados Unidos se situaron como principales productores la UE, Brasil y Canadá.

PATO Y OTRAS AVES

Además del pollo y el pavo, en España hay también pequeñas producciones avícolas con numerosas explotaciones, distribuidas por toda la geografía nacional, dedicadas a la cría de patos, perdices, codornices, palomas, pintadas, etc.

A nivel nacional, el mayor número de este tipo de granjas corresponde a la perdiz, que se cría especialmente para ser destinada a los cotos de caza.

También hay explotaciones de cría de avestruces dedicadas tanto a la producción de huevos como de carne. La producción anual de carne de avestruz se sitúa en torno a 1.000 toneladas y los elevados precios de mercado de este producto frenan su expansión.

En la UE, además del pollo y el pavo destaca la producción de pato, que aporta cerca del 3% del total de la carne de aves a nivel comunitario. En 2022 se produjeron en la UE 298.000 toneladas de este tipo de carne, 84.000 menos que en el año anterior, según los datos publicados por la Comisión Europea. Francia produjo 118.000 toneladas en 2022; Polonia, 65.000 toneladas; y Hungría otras 54.000, según los datos de la Comisión Europea. España produjo unas 3.000 toneladas de carne de pato, unas 2.000 toneladas menos que en 2021.

A nivel mundial, la producción de carne de pato supera anualmente desde hace años los 6 millones de toneladas. En 2022, la producción se acercó a los 6,2 millones

CARNE DE CONEJO

A efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne de conejo se redujo en 2022 en volumen un 13,9%, mientras los precios medios subieron un 20,8%. Estos datos proceden de la estimación del Ministerio de Agricultura y suponen un aumento del valor aportado del 4%.

Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2021 el 0,27% y con respecto a la Producción Animal, el 0,69% (en ambos casos, por debajo de 2021). El valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria se situó en 173 millones de euros (valores corrientes, a precios básicos).

La producción de carne estimada por el Ministerio de Agricultura (sacrificio ganadero) fue de 40.930 toneladas (un 13,9% por debajo de 2021).

El número de granjas al acabar 2022 era de 3.322, de las cuales solo 1.439 se dedicaban a la cría de gazaos. Con relación al año precedente, se redujo un 9,3% el número de las granjas productivas y un 1,2% el número de granjas totales, según datos del Ministerio de Agricultura.

La evolución de la producción de carne de conejo en España está condicionada por la profesionalización de la actividad, pues en los últimos años se ha registrado un importante descenso de la producción local, ligada al autoconsumo y los circuitos cortos de distribución.

El censo español de 2021 (cabezas con estado de alta) rondaba los 4,92 millones de animales (en 2021 había 5,5 millones de animales). Destaca con el mayor censo Castilla y León (29,7%), seguida por Cataluña, Galicia y Castilla-La Mancha.

El balance comercial del sector de la carne de conejo tiene tradicionalmente un saldo positivo, pues las exportaciones superan a las importaciones con creces, aunque la diferencia se ha ido acortado en los últimos años debido a la escasez de producto nacional. En 2022, se dispararon las compras de carne al pasar de 423 toneladas a 2.388,6 toneladas, según los datos de Aduanas. Por su lado, las exportaciones ascendieron ese año a 7.588,6 toneladas, un 18,5% menos que un año antes. Además de la carne, también hay comercio de animales vivos.

Casi el 95% de las exportaciones e importaciones de conejo se hacen con los países la Unión Europea, es-

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CONEJO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Toneladas)

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	37	29,3	29
ARAGÓN	1.663	1.592,0	1.331,0
C. VALENCIANA	3.554	3.328,0	2.891,0
CANARIAS	148	141,0	118,0
CASTILLA LA MANCHA	3.862	3.576,0	2.943,0
CASTILLA y LEÓN	11.000	10.000,0	9.000,0
CATALUÑA	10.922	9.782,0	7.912,0
GALICIA	10.670	9.809	9.000,0
MURCIA	225	264,0	227,0
OTRAS COMUNIDADES	9.000	8.876	7.700,0
TOTAL	51.181	47.521	40.929,0

FUENTE: MAPA

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

	2020	2021	2022
MUNDO	899,7	861,7	850
UE	149,2	146	140
ESPAÑA	51,18	47,52	40,93

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

pecialmente con Portugal (primer destino de las exportaciones) e Italia. Por su lado, las importaciones proceden principalmente de Portugal y de Francia.

CONEJO EN LA UE Y EN EL MUNDO

En la Unión Europea, sólo 9 países de los 27 producen carne de conejo en cantidades significativas. De estos nueve, entre Francia, España e Italia aportan el 85% de toda la producción anual.

En 2022, la producción comunitaria de carne de conejo se acercó a las 141.000 toneladas, frente a las 146.000 toneladas que se produjeron en 2021. Francia es la primera potencia en producción de carne de conejo dentro de la UE, seguida muy de cerca por España e Italia.

A nivel mundial, la producción de carne de conejo también se redujo en 2021 y quedó en cerca de 850.000 toneladas, a pesar de que en muchos países de Latinoamérica se está empezando a contemplar la producción de conejos en granja como una alternativa ganadera. ■

CARNE DE EQUINO

En el año 2022, según los datos del Ministerio de Agricultura a efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne de equino se redujo en cantidad un 1,7%, pero los precios medios subieron un 22,1%.

De este modo, el valor generado por este subsector se incrementó un 20% con respecto a un año antes, hasta llegar a alcanzar un valor de 90,7 millones de euros (valores a precios básicos). El valor generado por este sector representó el 0,14% de la Producción Final Agraria y el 0,36% de la Producción Final Ganadera.

El censo de animales equinos en 2022 llegaba a unas 600.000 cabezas, de las que el 33% estaba en Andalucía y el 12% en Castilla y León. El número de explotaciones creció un 2% respecto al año anterior y se situó en 193.000 granjas, si bien las explotaciones dedicadas exclusivamente a la producción de carne eran unas 15.000.

En 2022 se sacrificaron en los mataderos españoles 32.507 animales (566 menos que en 2021) y la producción de carne se situó 8.306 toneladas, un 2,3% menos que en 2021. Mayor producción de carne de equino se registró en Navarra, con cerca de 3.588 toneladas en 2022, un 7,5% más que un año antes. Le siguieron Aragón, la Comunidad Valenciana y Castilla y León.

En cuanto al comercio exterior, en 2022 aumentaron las exportaciones y disminuyeron las importaciones. Así, se importaron 237 toneladas de carne, frente a las 421,6 toneladas del año precedente, al tiempo que también se exportaron 5.504,7 toneladas (casi 241

PRODUCCIÓN DE CARNE DE EQUINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	70,015	151	140
ARAGÓN	2.186,79	2.298	2.289
ASTURIAS	350,462	303	272
C. VALENCIANA	1.278,681	1.207	1.043
CANTABRIA	157,801	127	93
CASTILLA y LEÓN	1.195,789	614	520
CATALUÑA	515,255	398	382
GALICIA	12,542	11	11
LA RIOJA	5,8418	26	2
NAVARRA	3.789,7441	3.337	3.588
OTRAS COMUNIDADES	38	25	19
TOTAL	9.601	8.498	8.306

FUENTE: MAPA

más que un año antes). Además de la carne, también se importaron animales vivos de la especie equina.

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 genera en torno a los 860 millones de euros, a efectos de calcular la renta agraria anual. La producción de carne de ganado equino estimada para el conjunto de los países comunitarios rondó las 146.000 toneladas. ■

CARACOLES

Como sector ganadero, la helicultura tiene una historia reciente, ya que hasta hace no muchos años no existían granjas dedicadas al engorde de caracoles.

La prohibición de recolectar y dañar animales silvestres, así como la posesión, transporte y comercio, que introdujo la Ley 42/2007, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, potenció la cría de caracoles como actividad ganadera.

España es el segundo país de la UE en consumo de caracoles, por detrás de Francia. El tipo de caracol

utilizado, e incluso el sistema de cría, varían mucho entre las distintas zonas productoras de España, en función principalmente del consumo tradicional en cada caso.

Existen distintos sistemas de cría, divididos principalmente entre cría parcial y cría verdadera. La cría parcial se caracteriza por el engorde de ejemplares previamente recolectados en otras granjas, pues del campo está prohibido. La cría "verdadera" es el sistema más extendido y consiste en colocar a los caracoles en parques cerrados, reproduciendo las condiciones ambientales en las que se desarrollan

en la naturaleza, mediante sistemas controlados de riego.

A su vez, dentro de este sistema de cría “verdadera” existen diferentes variantes determinadas principalmente por el lugar geográfico en el que se desarrolla la actividad. Así, está la “cría al aire libre” (prácticamente exclusiva de la cornisa Cantábrica, ya que se necesitan unas condiciones muy concretas para poder desarrollarla) y el “sistema mixto” (en el que la explotación se realiza en una nave de obra perfectamente aislada, en la que se desarrollan las fases de reproducción, incubación y primera fase de cría, y en túneles invernadero en los que se llevarán a cabo la segunda fase de cría y la fase de engorde).

El “sistema mixto” es el más utilizado en España, porque además es el más avanzado técnicamente, ya que cuenta con sistemas electrónicos de control que regulan la temperatura, humedad y medidas sanitarias preventivas con instrumentos de medida y control que permiten incrementar considerablemente la producción respecto a otros sistemas.

Al ser el sector de los caracoles un sector muy minoritario desde el punto de vista ganadero, la información de la que dispone el Ministerio de Agricultura es muy limitada y en ocasiones incompleta.

Este sector no cuenta con una normativa de ordenación específica en la que se establezcan los requisitos concretos que deben cumplir las explotaciones de caracoles, ni los datos concretos que deben comunicar a la administración. Sin embargo, al igual que cualquier otra producción ganadera se encuentran reguladas de manera genérica por la Ley 8/2003, de sanidad animal, que establece que todas las granjas deberán estar registradas y autorizadas por la autoridad competente. Por lo tanto, en principio todas las granjas autorizadas deben estar incluidas en el Registro General de Explotaciones Ganaderas (REGA).

Si bien es cierto que el hecho de que figuren en REGA no implica necesariamente que tengan una producción real, ya que por las características del sector pueden encontrarse inactivas en este momento, o incluso puede ser que ya no operen pero que no se haya comunicado la baja a la autoridad competente y, por lo tanto, sigan apareciendo en los registros.

En España existen unas 280 granjas de caracoles en producción, de las que más de un 30% se encuentra en Andalucía. El consumo de caracoles está generalizado en todo el país, aunque en algunas provincias como Lleida es muy superior a la media.

En el sector existe la Asociación Nacional de Cría y Engorde del Caracol (ANEC) y también la organización interprofesional de caracoles de crianza INTERHÉLIX.

En cuanto a la producción, se estima que podría estar en torno a las 500 toneladas anuales, de las que el 22% se producen en Cataluña, el 19% en Andalucía; el 12% en Aragón; el 9% en Castilla y León y el 9% en Castilla-La Mancha.

Aunque no hay datos concretos, se podría estimar que al año se consumen unas 15.000 toneladas de caracoles, mientras que en Francia el consumo anual supera las 50.000 toneladas.

El tipo de caracol que se consume en Cataluña es de tamaño mediano, mientras que en País Vasco o Madrid se prefiere un caracol de mayor tamaño y en el sur se tiende a consumir caracoles más pequeños.

La mayor parte del caracol que se consume en España se vende vivo, pero ya hay comercios que se dedican a la venta de caracol congelado o en conserva.

Aunque no se considera una producción ganadera, la helicultura va ganando peso de año en año.

En relación al comercio exterior, el sector tiene una balanza comercial claramente negativa, pues solamente se exporta un 14% de lo que se produce, y sin embargo se importa un volumen importante.

En 2022, según datos de Aduanas, se importaron 10.016 toneladas (1.700 toneladas menos que en el año anterior) y se exportaron sólo 19,2 toneladas.

El grueso de las importaciones (87%) procedió de Marruecos, que vende a España un caracol muy específico que casi se consume exclusivamente en Andalucía. Esta producción no es competencia directa del caracol nacional. Además de Marruecos, también se importan caracoles desde Francia, Italia y Países Bajos. ■

CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS

El sector de la industria cárnica atenuó su crecimiento en 2022 por la subida de los costes de producción (energía y piensos), así como también por la menor producción en origen (2,2% menos, hasta los 5 millones de toneladas), la caída del consumo y la reducción de las exportaciones de carne. Sólo las ventas exteriores de elaborados cárnicos tuvieron un resultado positivo.

La industria cárnica española ocupa con mucha diferencia el primer lugar dentro de la industria agroalimentaria, con una facturación conjunta que supera los 31.038 millones de euros, el 28,4% de todo el sector agroalimentario, según datos de la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE).

De la cifra total de negocio, 15.747 millones de euros fueron generados por el sector del procesado y conservación de las carnes.

Además, la industria cárnica ocupa también la cuarta posición dentro de todo el sector industrial, por detrás de las industrias de automóviles, petróleo-combustibles y de la producción y distribución de energía eléctrica.

Según ANICE, la cifra de negocio de la industria cárnica supone el 2,55% del PIB total, el 16,9% del PIB industrial y el 5,14% de la facturación de toda la industria española.

Entre todas las empresas del sector generan unos 109.334 puestos de trabajo directo, el 29,7% de la ocupación total de la industria alimentaria española. Estas cifras son mejores que las del año precedente.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2022 había en España 3.641 empresas

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR CÁRNIC PORCINO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Jorge (*)	1.795,25
Grupo Vall Companys (*)	3.010
Grupo Cañigueral (Costa Brava Mediterranean Foods)	1.125
IND. Cárnicas Loriente Piqueras, S.A	1.039
Litera Meat, S.L (Grupo Pini)	802
Elpozo Alimentación, S.A. (*)	1.662,5
Costa Food Meat, S.L	395
Campofrío Frescos (*)	2.069
Friselva S.A.	410
Grupo Olot Meats	39,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR CÁRNIC BOVINO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
ELPOZO Alimentación, S.A (*)	1.663
GRUPO MEDINA (*)	630
El Encinar de Humienta (*)	276
S.A.T Fribín (*)	347
Companya General Cárnia, S.A (*)	136
Novafrigsa, S.A (Grupo Coren) (*)	125
Meat Center Ibérica, S.A	99
Sala D'Esfer I Mag. Frig. J Viñas. S.A (*)	96,8
Frigoríficos Bandeira, S.L (*)	70
Miguel Vergara S.L	65

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR CÁRNIC OVINO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Moralejo Selección, S.L	85,5
Cárnicas Coviher, S.L (*)	27,5
Ovinos Manchegos, S.L	74,6
Murgaca, S.A	25
Coop. Pastores Grupo Cooperativo	33,8
Coop. EA Group	80
Cárnicas Sierra Sur, S.L	5
Companya General Cárnia, S.A (*)	136
Despieces Cárnicos Olot, S.L (*)	15
Grupo Cañigueral (*)	700

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AVICULTURA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Vall Companys (*)	3.010
Cooperativas Orensanas, SCG (Coren) *	1.200
UVE, S.A. - Grupo UVESA	588
Aviserrano S.L	528
AN Avícola Mérida, S.L. (*)	269,8
Pavo y Derivados, S,A (Grupo Padesa)*	236,8
Grupo de Gestión Empresarial Avícola VMR,S.L	150,46
Hijos de Juan Pujante (*)	126,66
Industria Avícola Sureña	82,62
Avícola Moraleja, S.A	53

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye la facturación de otras producciones

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CUNICULTURA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Coop. De Conejos Gallegos (COGAL)	70
Hermi Carne de Conejo, S.L.U (Grupo Hermi)	58,31
Cunicultura de La Manchuela	9,5
SAT Industrialización del conejo (INCO)	7,5
Cuni Hedredes	5
Alimentbarna S.L (*)	60

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye la facturación de otras producciones

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LA CARNE DE PAVO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
CORP. ALIMENTARIA GUISSONA, S.A (*)	2822
Cooperativas Orensanas, SCG (Coren) *	1.200
Grupo Aviserrano S.L (*)	528
PROCAVI, SL (*)	351
Grupo Sada (*)	330
AN Avícola Mérida, S.L. (*)	269,81
Pavo y Derivados, S,A (Grupo Padesa)*	236,8
Hijos de Juan Pujante (*)	126,66
Aves Nobles y Derivados (PADESA) (*)	122
Alimentbarna S.L (*)	60

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye la facturación de otras producciones.

dedicadas al procesado y conservación de la carne (mataderos, salas de despiece, industrias de elaborados cárnicos, etc.), distribuidas por toda la geografía nacional, especialmente en zonas rurales.

Por su lado, ANICE registró en 2022 un total de 2.775 industrias cárnicas y también 464 mataderos, 2.145 salas de despiece de la carne y 5.012 establecimientos de transformación de la carne.

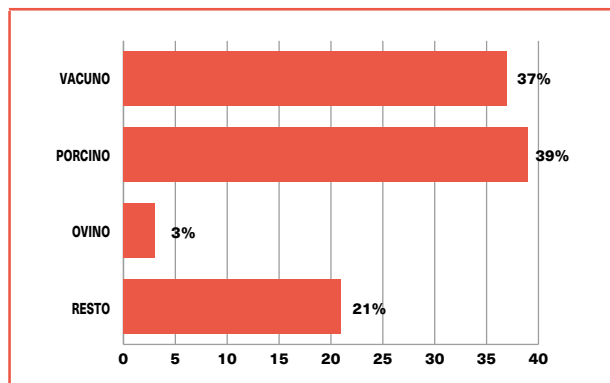
El grueso de estas empresas son de pequeño y mediano tamaño, pero eso no ha impedido la creación y consolidación de grandes grupos empresariales, que en algunos casos son líderes a escala europea.

En el sector cárnico, la penetración de capitales internacionales no es muy significativa, en comparación con otros sectores. En 2022, la principal empresa del sector cárnico en su conjunto alcanzó una facturación superior a los 3.000 millones de euros, una cifra muy por encima de la del año anterior. Sus producciones van desde la carne de porcino, a los elaborados cárnicos, pasando por el jamón serrano o los platos preparados. La segunda empresa o grupo del sector registró una facturación de 2.069 millones de euros; la tercera de 1.795 millones de euros.

RED DE MERCAS / COMERCIALIZACIÓN DE CARNES / 2022

PRODUCTOS MÁS REPRESENTATIVOS

Vacuno	37%
Porcino	39%
Ovino	3%
Resto	21%
Avícola	45%
C. Congelada	42%
Casquería y Otros	13%



VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNES EN LA RED DE MERCAS 2022

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
MERCALICANTE	1.926	0,2
MERCABADAJEZ	1.355	0,1
MERCABARNA	32.177	3,2
MERCACORDOBA	349	0,0
MERCAJEREZ	2.156	0,2
MERCALASPALMAS	5.015	0,5
MERCALÉON	2.928	0,3
MERCAMADRID	714.725	71,9
MERCAMÁLAGA	41.871	4,2
MERCAMURCIA	13.861	1,4
MERCAOLID	15.679	1,6
MERCAPALMA	18.761	1,9
MERCASEVILLA	34.561	3,5
MERCAVALENCIA	82.069	8,3
MERCAZARAGOZA	26.544	2,7
TOTAL RED	993.977	100

Fuente: Mercasa

ESTRUCTURA EMPRESARIAL MAYORISTA

Respecto a la estructura empresarial que forma el eslabón mayorista, la Red de Mercas cuenta con una gran representación de empresas que comercializan y procesan productos cárnicos y dispone de 9 complejos especializados, algunos de ellos con matadero.

En 2022, desde estas empresas se comercializaron 993.977 toneladas de carne, de las 474.827 toneladas fueron carne de vacuno; 31.382 toneladas correspondieron a carne de ovino; 291.991 toneladas a porcino y 195.777 toneladas a otras carnes y productos cárnicos.

Estas empresas operan en un marco de competencia, transparencia de mercado, seguridad en las relaciones contractuales y formación de precios, para atender a un amplio colectivo de empresas detallistas en todos los formatos: más de 100.000 comercios especializados en toda España (de los que un 70% están agrupados en mercados municipales); las cadenas de supermercados regionales y nacionales, que en mayor o menor medida también se abastecen del colectivo de empresas que operan desde la Red de Mercas y las empresas de hostelería, restauración y consumo institucional.

Una gran representación de las empresas está asociada en distintas organizaciones y asociaciones, cuyo objetivo es de representación y gestión de diferentes servicios necesarios para su actividad.

COMERCIO EXTERIOR

Con un complejo contexto nacional e internacional, la industria cárnica española siguió manteniendo su presencia en el exterior en 2022, pues exportó más de 3 millones de toneladas de carnes y despojos, así como también unas 242.000 toneladas productos elaborados de todo tipo (jamón, embutidos, etc.). La exportación de carne descendió en volumen, pero no así la de elaborados.

El valor de estas exportaciones fue de 9.986 millones de euros, un 9,6% más que en el año anterior, según datos de ANICE. Por su lado, las importaciones alcanzaron un valor de 1.646 millones de euros, por lo que la balanza comercial del sector tuvo un saldo muy positivo.

En sólo tres décadas, la industria cárnica ha pasado de exportar muy poco, a convertirse en el primer sector exportador de la industria agroalimentaria española y también en una potencia en el mercado mundial de productos cárnicos.

La demanda interna no puede absorber la producción, por lo que el comercio exterior constituye una estrategia primordial de supervivencia para los principales operadores de este mercado.

Dentro del sector cárnico, la principal fortaleza en el comercio exterior es el sector porcino, pues España es el tercer exportador mundial de carne y elaborados de cerdo.

El sector tiene como restos importantes seguir incrementando de forma decidida las ventas exteriores a mercados extracomunitarios, así como también impulsar las exportaciones de productos con valor añadido.



CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 1.807,0 millones de kilos de carne y productos cárnicos y gastaron 14.042,4 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 39,1 kilos de consumo y 303,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la carne fresca (27,6 kilos por persona) y, de manera concreta, al pollo (10,5 kilos per cápita) y al cerdo (8,6 kilos por persona). En tér-

minos de gasto, la carne fresca concentra el 63,5% del gasto y resulta significativa la participación de la carne de cerdo (57,9 euros per cápita) y de pollo (54,6 euros).

La carne transformada (10,5 kilos y 106,0 euros por persona) resultó importante en el consumo de los hogares españoles durante el año 2022, mientras que la demanda de carne congelada (0,9 kilos y 4,8 euros de gasto por persona) tiene una repercusión menor. ■

CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL CARNE	1.807,0	39,1	14.042,4	303,6
CARNE FRESCA	1.276,2	27,6	8.917,9	192,8
CARNE VACUNO	177,3	3,8	1.962,9	42,4
CARNE POLLO	486,1	10,5	2.523,7	54,6
CARNE CONEJO	30,1	0,6	220,8	4,8
CARNE OVINO / CAPRINO	42,1	0,9	557,7	12,1
CARNE CERDO	398,2	8,6	2.680,2	57,9
CARNE DESPOJOS	29,3	0,6	163,3	3,5
OTRAS CARNES FRESCA	113,1	2,4	809,3	17,5
CARNE CONGELADA	43,1	0,9	220,1	4,8
CARNE TRANSFORMADA	487,7	10,5	4.904,4	106,0

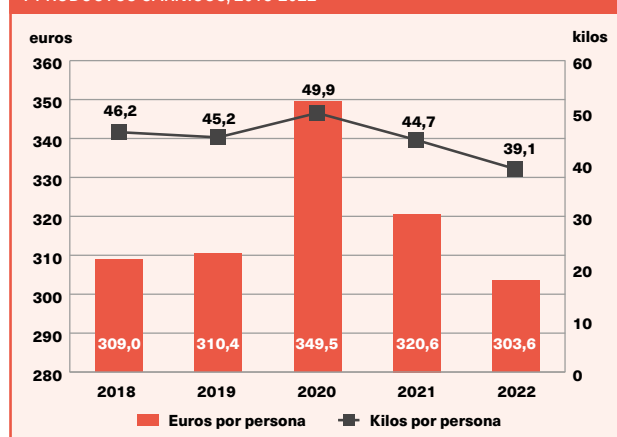
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de carne se estaba reduciendo pero en el ejercicio 2020 se produce un repunte motivado por los efectos del COVID-19 (creció hasta 49,9 kilos por persona) que se ha ajustado a la baja en el año 2021 y en el año 2022 (44,7 kilos por persona y 39,1 kilos por persona, respectivamente) mientras que con el gasto sucede algo similar (llega a 349,5 euros en 2020 pero disminuye a 320,6 euros en 2021 y a 303,6 euros en 2022). En el periodo 2018-2022, el

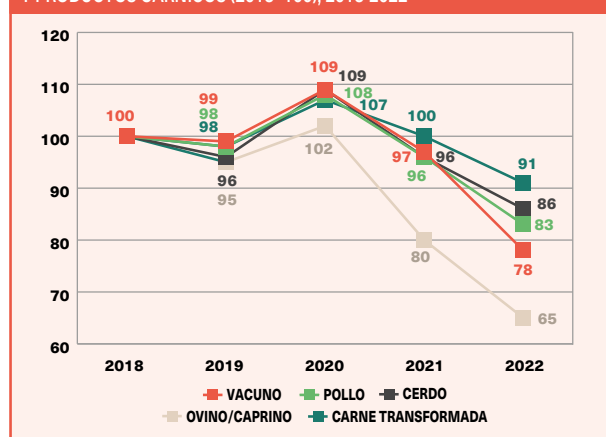
consumo más elevado se produce en el ejercicio 2020 (49,9 kilos por consumidor) y el gasto mayor también en el año 2020 (349,5 euros por consumidor).

En la familia de carne y productos cárnicos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido similar para todos los productos considerados con un notable repunte durante el ejercicio 2020 y descensos acusados en los años 2021 y 2022. Respecto a la demanda de 2018, todos los productos tienen un consumo más reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS, 2018-2022



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS (2018=100), 2018-2022



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

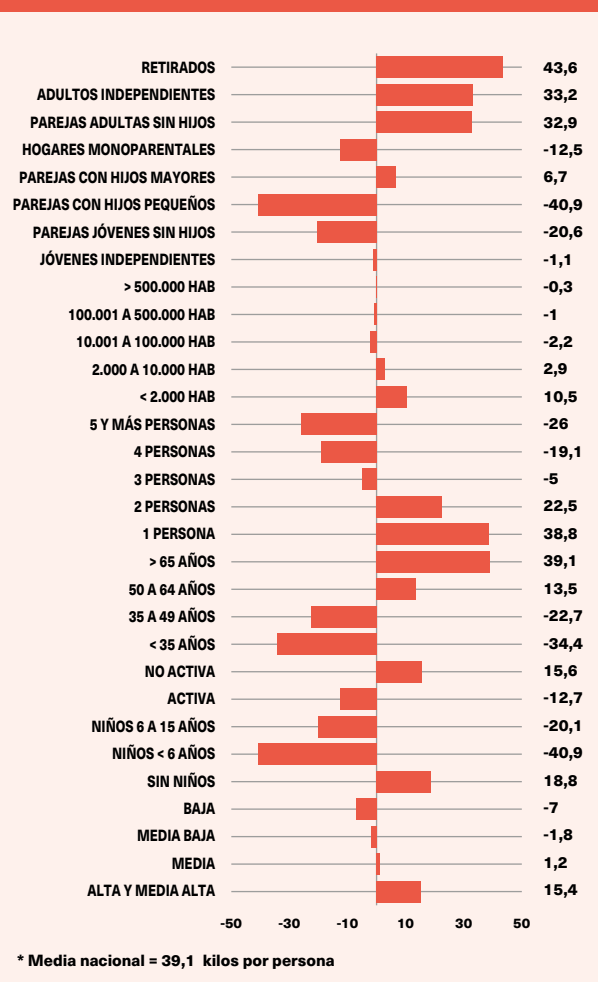
En términos per cápita, el consumo de carne durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

cárnicos, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.

- 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 municipios de 10.000 a 100.000 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, los jóvenes independientes y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Castilla y León, Navarra y País Vasco cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Cantabria, Andalucía y Canarias.

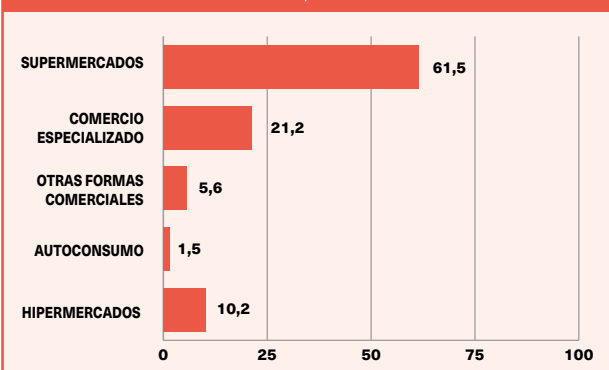
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CARNE EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto a lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de carne a los supermercados (61,5% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 21,2% y el hipermercado llega al 10,2%. El comercio electrónico de carne y productos cárnicos supone el 1,5% sobre el total, mientras que el resto de canales de compra concentran el 5,6% de la cuota de venta global. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



ELABORADOS CÁRNICOS

La producción española de elaborados cárnicos en 2022 ascendió a 1,5 millones de toneladas. Este volumen, el más alto de los siete años previos, supuso un aumento del 1% sobre el año anterior, de acuerdo con los datos de ANICE.

De esa producción total, 308.000 toneladas fueron jamones y paletas curados (1.000 toneladas más que en el año 2021); 230.000 toneladas fueron embutidos curados (3.000 más); otras 185.000 correspondieron a jamones y paletas cocidos (5.000 más); 459.000 fueron embutidos tratados por el calor (2.000 más); 202.000 toneladas fueron productos adobados y frescos (2.000 más) y 121.000 toneladas de platos preparados (16.000 más).

Las cifras de producción de elaborados cárnicos sitúan a España como el cuarto país de la Unión Europea, por detrás de Alemania, Italia y Francia.

La importancia de los elaborados cárnicos en las ventas del libre servicio y en los establecimientos tradicionales es muy grande. En los últimos años, el sector ha sacado al mercado novedades importantes en cuanto a presentaciones (loncheados, porciones, etc.), al tiempo que ha abierto nuevos nichos de mercado, adaptándose a las necesidades de los consumidores.

A este respecto, aunque el porcino es el que domina el mercado de los elaborados cárnicos, seguido del pollo y el pavo, en los últimos años han aparecido en el mercado elaborados como salchichas y hamburguesas de otras carnes como la de conejo, que se adaptan muy bien a los nuevos gustos del consumidor español.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Las empresas españolas productoras y comercializadoras de elaborados cárnicos son más de 3.300, muchas de ellas de pequeñas dimensiones y con un carácter semiartesanal, aunque existen ya algunos grandes grupos que tienden a basar sus estrategias comerciales en el comercio exterior.

Los tres grupos más importantes acaparan en torno a una tercera parte de todo este mercado, aunque los niveles de competencia se han agudizado en los últimos tiempos y aparecen nuevos operadores que tienden a arañar cuotas de ventas.



PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ELABORADOS CÁRNICOS CURADOS Y COCIDOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Coop.Alimentaria Guissona, S.A (*)	2.822
Campofrío Food Group, SA*	2.069
EIpozo Alimentación, S.A.*	1.662,5
Casa Tarradellas, S,A	1.175
Industrias C.Loriente Piqueras, S,A (Incarlopsa) *	1.039
Argal Alimentación S.A (*)	242
Noel Alimentaria, S,A	440
Grupo Costa Food M. S.L (*)	395
Grupo Tello (*)	310
Costa Brava Mediterranean Foods (Embutidos Caseros)	115

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022 *Incluye la facturación de otras producciones.

La innovación y la presentación de ofertas más saludables son las principales estrategias de las empresas del sector para arañar cuotas de mercado.

La principal empresa del sector (fabricantes y comercializadores de elaborados cárnicos curados y cocidos) produjo en 2022 un total de 155.000 toneladas, algo más que en el año anterior, de las que el 38% eran loncheados.

La segunda empres líder del sector produjo 128.638 toneladas y destacó por sus loncheados (33%) y la ter-



SNACK'IN

Los clásicos de siempre,
SIEMPRE ACTUALIZADOS



**AHORA TAMBIÉN
EN FORMATO**

**¡PARA
COMPARTIR!**

PARA DISFRUTAR ESTÉS DONDE ESTÉS

cera 117.640 toneladas. El resto de las empresas que conforman el grupo de las diez primeras en este sector terminó el año con producciones que fueron desde las 115.000 a las 40.000 toneladas.

Un año más, la línea más dinámica de todo el grupo de elaborados cárnicos fue la de los loncheados.

Las marcas de distribuidor (MDD) han alcanzado una gran importancia. En 2022 controlaban, por ejemplo, 52,6% del volumen comercializado de jamón curado en libre servicio (hipermercados y supermercados), el 65% en el de chorizo, el 62,3% en el de salchichón; el 66,8% en el de jamón cocido; el 58,3% en el de panceta; el 64,5% en el de salchichas y el 77% en el de lomo embuchado, según los datos de la consultora Circana.

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones españolas de los principales elaborados cárnicos llegaron en a cerca de 224.000 toneladas, un 5,7% más que en el año anterior. El valor de estas ventas fue de 1.514 millones de euros, un 17% más, según ANICE.

Atendiendo al volumen exportado, destacó la partida de embutidos curados, con 79.732 toneladas, 6.000 toneladas más que un año antes. A continuación, se situaron los jamones curados, con 67.196 toneladas; el grupo de otros productos (56.210 toneladas); los em-

butidos cocidos (12.746 toneladas) y los jamones y paletas cocidos (7.802 toneladas), según datos de ANICE referidos al período enero- noviembre de 2022, no al año completo.

La mayor parte de este comercio exterior se dirige hacia otros países de la Unión Europea. En 2022, el mercado de la UE representó el 64,4% del valor total de las exportaciones y Francia fue el prime destino, con una cuota del 24%, seguida de Alemania (9,9%). Entre los países terceros destacó Reino Unido (9,3% de la cuota). Asimismo, también son destinos importantes Estados Unidos y México y en los últimos años se han enviado partidas de elaborados cárnicos a destinos asiáticos como China y Japón.

La principal empresa española exportadora de elaborados cárnicos vende el 40% de su producción en el exterior, registrando unas ventas superiores a las 43.500 toneladas (datos de 2022). La segunda empresa exportó por un volumen muy inferior (14.150 toneladas ese año).

Tanto en volumen como en valor, las importaciones de elaborados cárnicos tienen menos importancia que las exportaciones. Anualmente se compran unas 40.000 toneladas, principalmente de fiambres cocidos.

Alemania es el principal proveedor de elaborados cárnicos para el mercado español, seguido de Italia, Rumania, Francia, Dinamarca, Irlanda y Bélgica. Entre los países terceros, el primero fue Reino Unido. ■

JAMÓN CURADO BLANCO

El sector industrial del jamón curado blanco (de cerdo no ibérico) sufrió en 2022 las consecuencias de la subida de la materia prima (pernil, piensos, energía, etc.). El buen funcionamiento de las exportaciones y el auge de las ventas del producto loncheado en sobres, contribuyeron a impulsar las inversiones de las empresas.

Según datos de ANICE, se produjeron 308.000 toneladas de jamones y paletas curados, lo que supuso un incremento interanual del 0,3%.

El jamón curado blanco es el embutido más apreciado en charcutería, con una cuota del 13,9% en volumen y del 19,5% en valor.

Las marcas de distribuidor (MDD) han ganado terreno en el mercado aumentando su cuota de mercado

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE JAMÓN CURADO BLANCO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Industrias C. Loriente Piqueras S.A (Incarlopsa)*	1.039
Noel Alimentaria, S A*	440
Grupo Vall Companys*	3.010
Campofrío Food Group, S.A*	2.069
ElPozo Alimentación, S.A.*	1.662,5
Jamones Arroyo, S.L Grupo*	31,5
Jamones Volatín, S.L*	41
Nico Jamones, S.L	38,88
Grupo Cañigueral (Costa Brava Mediterranean Foods)*	1.125
Familia Ramón Ventula	17,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021 *Incluye la facturación de otras producciones.

de año en año. En el libre servicio (supermercados e hipermercados de más de 100 m²), se vendieron durante el año 2022 casi 57.000 toneladas de jamones y paletas de cerdo blanco y cerdo ibérico, un volumen inferior al del año anterior, según datos de la consultora Circana. De ese total, las MDD tuvieron una cuota del 52,6% y la primera marca de fabricante (MDF) sólo llegó al 8,4%.

De este volumen total de ventas, casi el 50% correspondió a jamones y paletas loncheados, siendo la del jamón loncheado la partida más voluminosa de todas las ventas en libre servicio.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial (productoras y comercializadoras) del jamón curado está formado por muchos pequeños y medianos operadores. No obstante, en los últimos años se han consolidado algunos grandes grupos que registran elevados niveles de producción y basan sus estrategias de sostenibilidad en los mercados exteriores y en las presentaciones más elaboradas que se comercializan en las grandes cadenas de distribución alimentaria.

La principal empresa de jamones blancos (de cerdos de capa blanca, no ibéricos) comercializó 31.000 toneladas de jamones y paletas, un volumen superior al alcanzado en 2021. La segunda se acercó a las 26.100 toneladas y la tercera, a las 15.100 toneladas. Por debajo de estas

producciones y hasta las 7.000 toneladas, se encontraban otras siete empresas que forman el grupo de los diez primeros productores y comercializadores del sector.

En el caso de las presentaciones loncheadas, el líder sectorial registró una producción de unas 12.000 toneladas.

COMERCIO EXTERIOR

Los principales grupos comercializadores de jamones y paletas curados han apostado de una manera muy decidida por el comercio exterior, ya que la demanda interna es completamente insuficiente para absorber el volumen de producción alcanzado.

El jamón español va siendo un elemento importante en muchos mercados fuera de nuestro país. El 90% de las ventas corresponde al jamón de cerdo blanco.

En 2022 se exportaron, según datos de ANICE, casi 67.200 toneladas de jamón curado, unas 1.000 toneladas más que en el año anterior y también la cifra más alta de ventas de los últimos cinco años. De las ventas totales, la mayor aportación fue la de jamón curado con hueso.

Los principales destinos de las exportaciones fueron los países comunitarios, entre los que sobresalieron Francia, Alemania y Portugal. Fuera de la Unión Europea, se exportó jamón y paleta a países como Estados Unidos, Reino Unido y China. ■

JAMÓN IBÉRICO

El año 2022 estuvo marcado para el sector del jamón ibérico por la recuperación del consumo a prácticamente los niveles previos a la pandemia. El buen comportamiento de la demanda hizo revalidar la confianza del sector empresarial en esta categoría de productos.

El jamón curado de cerdo ibérico es el embutido más apreciado en charcutería, con una cuota del 4,8% en volumen y del 13,2% en valor, según datos de ANICE.

Las ventas de ibéricos en el libre servicio (supermercados e hipermercados de más de 100 m²), se elevaron en 2022 a 12.052 toneladas (jamones y paletas de cerdo ibérico), un 11% menos que en el año anterior, según datos de la consultora Circana. De este volumen total, casi el 66,6% correspondió a jamones y paletas de ibérico en piezas.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CARNES Y ELABORADOS DEL CERDO IBÉRICO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
EiPozo Alimentación, S.A.*	1.445,8
Industrias C.Loriente Piqueras, S.A (Incarlopsa) *	927
Osborne Distribuidora, S.A (Odisa)	103
Grupo Vall Companys*	2.300
Prod.Ibéricos Calderón y Ramos, S.L	92,84
Deraza Ibérico, S.L	75,0
Grupo Jorge*	1.433
Campofrío Food Group, SA*	977,8
Canpipork, SL	77,7
Coop.Ganadera Valle de los Pedroches (COVAP)*	530,3

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021 *Incluye la facturación de otras producciones.

Las marcas de distribuidor (MDD) han ganado terreno también en este subsector y en los últimos dos años han incrementado su cuota de mercado, según las estimaciones de varias consultoras.



Un grupo importante dentro del ibérico es el formado por los secaderos a maquila que trabajan para las empresas productoras y comercializadoras.

Dentro del grupo de las diez primeras empresas del subsector del cerdo ibérico, la principal empresa registró unas ventas superiores a los 200 millones de euros en la sección de cerdo ibérico; la segunda facturó por encima de los 155 millones de euros y la tercera superó los 138 millones de euros.

JAMONES CON DENOMINACIÓN DE CALIDAD DIFERENCIADA

Dentro del sector español de los jamones hay ocho figuras de calidad reconocidas, que amparan tanto la producción de cerdo blanco, como la de ibérico.

Así, hay cuatro denominaciones de origen protegidas: la DOP Dehesa de Extremadura; la DOP Guijuelo, la DOP Jabugo, la DOP Los Pedroches y la DOP Jamón de Teruel. También están reconocidas las producciones certificadas de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Jamón de Trevélez y de la IGP Jamón de Serón y la Especialidad Tradicional Garantizada (ETG) Jamón Serrano.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, operan con las marcas de calidad diferenciada más de 175 industrias, que sacan al mercado casi 19,6 millones de piezas (jamones y paletas) certificadas. ■

PRODUCTOS DE CASQUERÍA

Según los datos de la encuesta de producto que elabora anualmente el INE, en 2022 se produjeron 328.860 toneladas de productos de casquería como tripas, vejigas y estómagos de animales. Esa producción alcanzó un valor total de 278 millones de euros.

De la producción total de productos de casquería, un 60% corresponde a menudencias elaboradas; un 25% a menudencias de cerdo; un 15% a menudencias de ternera y el 5% restante a las menudencias de cordero, según estimaciones.

Estos alimentos han recuperado su prestigio, gracias a las campañas de promoción y a la utilización

de esta materia prima en algunos restaurantes de alta calidad.

El sector empresarial está compuesto por un gran número de pequeños y medianos operadores. Se encuentran en actividad unas 400 empresas y 1.500 puntos de venta de casquería. Junto a esta base atomizada, han aparecido algunos grupos de dimensiones medianas y grandes que basan su sostenibilidad en la internacionalización.

Además de los países de nuestro entorno más cercano (Francia e Italia, de manera destacada), las exportaciones españolas de productos de casquería son significativas en países como Rusia o 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 ALIMEN-
TARIA)EUSKAL ESNE BILDOTSA
(CORDERO LECHAL DEL PAÍS VASCO)EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS
VASCO) *EUSKAL BASERRIKO OILASKOA
(POLLO DE CASERÍO VASCO)

EUSKAL BASERRIKO TXERKIA (CERDO DE CASERÍO)

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras
CC AA / **** Protección Nacional Transitoria / * Inscrita en el Registro
de la UE

Capón de Vilalba

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito geográfico de la Indicación Geográfica Protegida «Capón de Vilalba» comprende la totalidad de la comarca gallega Terra Chá (Tierra Llana del Miño), en el norte de la provincia de Lugo, e incluye los municipios Abadín, Begonte,

Castro de Rey, Cospeito, Germade, Guitiriz, Muras, Pastoriza y Vilalba, que es su principal población.

CARACTERÍSTICAS: Ampara la carne fresca de machos de la especie *Gallus domesticus* castrados. Las aves son de la raza Galiña de Mos o de diferentes estirpes que tienen como rasgo común su rusticidad, lo que permite su cría al aire libre en las condiciones climáticas de la zona. Estas estirpes, al igual que la raza Galiña de Mos, deben ser semipesadas y de crecimiento lento y presentar plumaje de color marrón-rojizo. Los animales se sacrifican con una edad mínima de 150 días, después de un período de cría y engorde de al menos 77 días. El cebo, fase final del engorde, se realiza en recintos confinados durante al menos 25 días. Además se establece una categoría especial, que se comercializa en la época navideña, con la mención adicional «Capón de Nadal», que se aplica a animales que se sacrifican con una edad mínima de 210 días.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Carne de Ávila

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se extiende por algunas provincias de Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura, La Rioja, Madrid y Valencia. La zona de elaboración se concentra en Castilla y

León y Madrid, con una fuerte expansión hacia zonas del País Vasco, el Mediterráneo y la costa andaluza.

CARACTERÍSTICAS: Se amparan las carnes de terneras, añojos y novillos de la raza Avileña Negra Ibérica. Los animales de esta raza, por su constitución, tienen gran adaptabilidad al clima y una enorme facilidad para caminar, cualidad indispensable para los desplazamientos trashumantes por accidentadas orografías y para la búsqueda de su alimentación en régimen extensivo en sierras y dehesas.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas 609 ganaderías, con 30.847 reproductoras, 211 explotaciones de cebo y 26 industrias cárnicas. Anualmente se sacrifican unos 5.033 animales y se comercializan 1,5 millones de kilos de carne.

Carne de Cantabria

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción, crianza y engorde del ganado destinado a la producción de carne apta para ser protegida por la IGP comprende el territorio de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

CARACTERÍSTICAS: El ganado vacuno de las razas agrupadas en el tronco cántabro bóvido castaño cóncavo (Tudanca, Monchina y Asturiana), Pardo Alpina, integrada por absorción, y la Limusina, adaptada al medio, así como sus cruces, es apto para suministrar carne protegida. Los animales deben estar mamando de sus madres un mínimo de tres meses, en la fase de desarrollo por destete deberán consumir al menos el 50% de sus necesidades alimenticias en forma de forrajes producidos en Cantabria. Se establecen cuatro tipos de animales aptos para ser sacrificados: Ternera, Añojo, Novilla y Buey.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se han inscrito, 381 explotaciones ganaderas, 13.891 cabezas de ganado, de las que se sacrifican 1.347, también están inscritos 4 cebaderos, 4 mataderos y 6 salas de despiece. La comercialización de carne con IGP alcanza los 344.973 kilos de media al año.

Carne de la Sierra de Guadarrama

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Ampara la producción de carne de añojo y ternera procedente de vacas de la Sierra de Guadarrama (Madrid), repartida en las siguientes zonas de producción: Lozoya, Somosierra, Guadarrama, Colmenar Viejo/Campiña, San Martín de Valdeiglesias o Suroccidental.

CARACTERÍSTICAS: Se protegen las carnes de añojo de razas Avileña, Limusín, Charoles, y sus cruces con la estirpe autóctona Serrana. Los terneros deben ser destetados con un mínimo de 5 meses, destinados al sacrificio con un máximo de 16 meses y con un peso en canal de 175 a 275 kilos para las hembras y de 225 a 375 para los machos. El periodo mínimo de acabado en cebo intensivo es de 3 meses.

DATOS BÁSICOS: Hay inscritas 328 explotaciones ganaderas con 6.000 animales, 3 mataderos y 8 salas de despiece. Son 155 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 de la carne del 'Cordero de Extremadura' CORDEREX, desde que el animal nace, hasta su sacrificio, se encuentra delimitada por la comunidad autónoma de Extremadura, región muy vinculada a la ganadería ovina, destacando en esta la raza Merina.

CARACTERÍSTICAS: Los corderos destinados a la certificación, tienen un sistema de cría, manejo y alimentación tradicional de la zona y típico del ecosistema de la dehesa Extremeña. Todo el proceso de producción es controlado y trazado por el Consejo Regulador de la I.G.P. Cordero de Extremadura, CORDEREX. Los Corderos, en régimen extensivo son alimentados exclusivamente con leche materna hasta alcanzar los 15 Kg de peso vivo, entonces pasan a consumir concentrados autorizados hasta llegar a los 21-29 Kg, donde se sacrifican, siendo siempre su edad menor a los 100 días. Los pesos de las canales van de 9-16 Kg. 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 319 explotaciones de producción, con un total de censo inscrito de más de 264.326 ovejas reproductoras. Existen 6 centros de acabado, 3 mataderos y 2 entidades comercializadoras, que certifican una media anual de 778.366,84 Kg de carne de cordero de IGP, de un total de 71.710 corderos sacrificados



Carne de Vacuno del País Vasco

(Euskal Okela)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, así como la de elaboración, comprende todo el ámbito geográfico de la Comunidad Autónoma Vasca. Las razas autorizadas para la producción de Carne de Vacuno del País Vasco o Euskal Okela son: Pirenaica, Pardo Alpina, Limusín, 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.

DATOS BÁSICOS: En la IGP se comercializaron una media anual de unos 18.105 corderos certificados.

Cordero de Navarra

(Nafarroako Arkumea)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida acoge a los corderos procedentes de las razas Navarra y Lacha en pureza, comercializados como carne fresca. La zona de producción abarca toda la superficie de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: Los corderos amparados por la IGP procederán de ovejas que rea-

lizan 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

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La IGP ampara la producción de carne de cordero en la región natural de La Mancha, en 400 municipios, con una superficie

de unos 34.000 km² repartidos entre Ciudad Real, Cuenca, Toledo y Albacete.

CARACTERÍSTICAS: Carne de corderos que proceden exclusivamente de la raza Manchega, criados con leche materna durante sus primeros días de vida y posteriormente, tras el destete engordados en estabulación, con piensos concentrados, hasta que alcanzan el peso apropiado. Las canales pesan de 5 a 8 kg en el caso del lechal ó de 10 a 15 kg en el recental; tienen 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 261 ganaderías de cría, con un total de 230.879 ovejas, 7 explotaciones de cebo, 4 centros de sacrificio, 9 operadores comerciales y 1 sala de despiece. En 2022 se comercializaron 24.097 canales de cordero manchego recental y 1.941 canales de cordero manchego lechal, lo que supone un peso de 323.000 Kg.

Gall del Penedés

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción de la IGP, corresponde al ámbito histórico del Penedés, se caracteriza por ser el territorio originario de la raza Penedesenca tradicional y por ser una región fundamentalmente vitivinícola. La Está formada por

73 municipios que corresponden a todos los municipios de las comarcas del Alt Penedès, del Baix Penedès y del Garraf, a 25 municipios de la comarca de l'Añoia i 1 municipio del Alt Camp.

CARACTERÍSTICAS: La Indicación geográfica protegida Gall del Penedès ampara carne fresca de pollo (machos y hembras) de la variedad Penedesenca negra mejorada de la raza Penedesenca tradicional. Es una ave de crecimiento lento, muy rústica, con buena vitalidad, de tipología corporal mediterránea, ligera, y de producción de carne pesada. Se caracteriza por su piel blanca, patas negras con la base de la pata blanca y carne rojiza de gran calidad gustativa y músculos firmes y suculentos.

DATOS BÁSICOS: En el consejo regulador están inscritas 4 explotaciones que sacrifican anualmente unos 3.500 animales con destino a la IGP, que suponen unos 9.400 kilos de carne de la IGP Gall del Penedés

Lechazo de Castilla y León

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de ovino cuyas canales se consideran aptas comprende 2 comarcas de Ávila, 8 de Burgos, 6 de León, 4 de Palencia, 6 de Salamanca, 3 de Segovia, 5 de Soria, 4 de Valladolid y 5 de Zamora.

CARACTERÍSTICAS: El tipo de ganado procede exclusivamente de las razas Churra, Castellana y Ojalada y sus cruces. La IGP ampara a los corderos machos y hembras. El peso vivo al sacrificio en el matadero puede oscilar entre los 9 y los 12 kilos, la edad máxima de sacrificio está fijada en 35 días y la alimentación de los lechazos ha de ser en su totalidad con leche materna. El peso canal puede oscilar entre los 4,5 y los 8 kilos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 422 ganaderías, 20 mataderos y 52 operadores comerciales. La comercialización anual de carne protegida por la Indicación Geográfica Protegida asciende a unos 726.000 kilos.

Tertera Asturiana

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, crianza y engorde del ganado amparado por la IGP abarca todo el territorio de la comunidad autónoma del Principado de Asturias.

CARACTERÍSTICAS: Los animales utilizados para la producción de la carne protegida por

esta IGP serán de las razas Asturiana de los Valles, Asturiana de la Montaña y sus cruces entre sí; serán igualmente admitidos cruzamientos entre machos puros de esas dos razas con hembras procedentes genéticamente de las razas autóctonas asturianas. El amamantamiento de los terneros es obligatorio en los cinco primeros meses, el resto del período alimentario es a base de pastos y concentrados aprobados por el Consejo Regulador. La edad máxima de sacrificio es de un año para los animales de la categoría comercial Tertera y de 18 meses para el Añojo.

DATOS BÁSICOS: En el CR figuran inscritas 6.176 explotaciones, 85.181 vacas madre, 9 mataderos, 61 comercializadores y 264 carnicerías autorizadas. La comercialización media anual supera los 6 millones de kilos.

Ternasco de Aragón

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La producción del Ternasco de Aragón se distribuye a lo largo de toda la Comunidad Autónoma de Aragón, en ganaderías registradas en la I.G.P. La crianza se realiza mediante un aprovechamiento tradicional y sostenible del territorio aragonés por parte

del ganado, tanto en pastos de montaña y media montaña como en las zonas más áridas del valle del Ebro.

CARACTERÍSTICAS: Las razas que forman parte de la IGP Ternasco de Aragón son: Rasa Aragonesa, Ojinegra de Teruel, Roya Bilbilitana, Ansotana y Maellana. El Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida controla las distintas fases desde la producción hasta la canal certificada. Al final del proceso el peso en canal de las piezas oscila entre 8 y 12,5 kilos. La carne es de color rosado, jugosa, grasa blanca, consistente y firme.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene inscritas 569 ganaderías, con un censo de más de 306.871 ovejas. El número de canales amparadas bajo la Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.) en el año 2021 ascendió a 184.089.

Tertera 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 y 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 unos 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 grasa. La grasa es de color blanco y consistencia firme y le proporciona a la carne una textura, terneza y jugosidad características muy agradables al paladar.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están inscritas 333 explotaciones de producción, con un total de censo inscrito de más de 282.471 ovejas reproductoras. Existen 6 centros de acabado, 3 mataderos y 2 empresas de comercialización, que certifican una media anual de 729.827 kilos de carne de cordero con IGP de un total aproximado de 57.737 corderos sacrificados.



Pollastre i Capó del Prat

(Pollo y Capón del Prat)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La reglamentación se aplica a las carnes de los pollos y capones de la raza Prat sacrificados, eviscerados y envasados y que hayan sido producidos por explotaciones ubicadas en los términos municipales de Castelldefels, Cornellà de Llobregat, Gavá, Sant Boi de

Llobregat, San Climent de Llobregat, Viladecans y Santa Coloma de Cervelló, siendo su principal punto de producción históricamente El Prat de Llobregat.

CARACTERÍSTICAS: Los pollos se distinguen por tener un plumaje rubio oscuro, las patas azules y la piel nacarada. Los huevos para incubar pesan como mínimo 55 gramos. Los pollos y los capones se sacrifican a una edad de 81 y 122 días, respectivamente. La fecha límite para su venta, después del sacrificio, es de 7 días.

DATOS BÁSICOS: Bajo la IGP se sacrifican al año 5.000 animales, que representan más de 10.000 kilos de carne protegida. Se comercializa en su totalidad en el mercado nacional.

Ternera Gallega

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Los ganaderos gallegos han transmitido durante generaciones su forma tradicional de criar el vacuno. Un saber hacer al que Ternera Gallega le puso nombre hace 30 años. La IGP ampara la carne que procede de terneros nacidos, criados

y sacrificados en Galicia; que pertenecen a las razas autóctonas y sus cruces con razas autorizadas y que superan un riguroso programa de control y trazabilidad; incluyendo la certificación de Bienestar Animal Ternera Gallega.

CARACTERÍSTICAS: Cuenta con 2 categorías comerciales, Ternera Gallega Suprema y Ternera Gallega, que provienen de animales jóvenes, cuya alimentación se fundamenta en el pastoreo, en los recursos forrajeros de cada ganadería y en concentrados, exclusivamente de vegetales y aprobados por la IGP. En el caso de Suprema, los terneros no superan los 10 meses y la base de su alimentación es la leche materna, como mínimo hasta los 7. La carne certificada se caracteriza por su sabor, jugosidad y terneza.

DATOS BÁSICOS: Más de 8.400 ganaderías familiares y 99 industrias y comerciales están inscritas en la IGP. En 2021, se comercializaron 23.695 toneladas de carne certificada, con un valor económico de 137 millones de euros. Cifras que contribuyen a generar riqueza en el medio rural y a evitar su despoblación, al tiempo que el sistema de crianza empleado contribuye a la biodiversidad y a la sostenibilidad medioambiental.

Ternera de Aliste



INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: el lejano Oeste de Zamora; comarcas de Aliste, Sayago y Sanabria.

CARACTERÍSTICAS: Carne de ganado vacuno joven, de razas de aptitud cárnica, adaptado a la zona geográfica y producida en base a una alimentación y al manejo tradicional de la zona, con una edad de sacrificio comprendida entre 8 y 12 meses. Basada en la producción de pequeñas explotaciones familiares influenciadas enormemente por la presencia del lobo ibérico (Canis lupus sig-

natus) que condiciona un sistema de manejo consistente en proteger al ternero en el establo desde su nacimiento hasta su sacrificio, basando su alimentación en la lactancia materna, produciendo una carne de color rosa pálido, con alta terneza y jugosidad y suave flavor.

DATOS BÁSICOS: 69 explotaciones, 2.500 vacas nodrizas. 1 matadero. 23 comercializadores. 350.000 kg de carne anuales.

Ternera de Navarra



INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara la producción de carne fresca de ganado vacuno procedente de vacas nodrizas nacidas, cebadas y sacrificadas en la Comunidad Foral de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: El ganado autorizado procede de las razas Pirenaica, Blonde, Parda Alpina, Charolais y sus cruces. Los terneros protegidos por la Indicación Geográfica Protegida deberán ser amamantados con leche materna durante un período mínimo de cuatro meses. Los terneros de cebo reciben una alimentación a base de materias primas naturales, quedando prohibidos los productos de efecto hormonal o sustancias no autorizadas.

do prohibidos los productos de efecto hormonal o sustancias no autorizadas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están inscritas 501 explotaciones y 16.567 cabezas de ganado, así como 4 mataderos y 5 salas de despiece que sacrifican una media anual de 6.622 terneros. Las 185 carnicerías autorizadas venden anualmente más de 1,5 millones de kilos de carne con IGP.

Vedella dels Pirineus Catalans



(Ternera de los Pirineos Catalanes)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La IGP Ternera de los Pirineos Catalanes ampara carne de vacuno de animales nacidos y criados en municipios de las comarcas catalanas pirenaicas y prepirenaicas: Alt Empordà, Alta Ribagorça, Alt Urgell, Bages, Berguedà, Cerdanya, Garrotxa, Noguera, Osona, Pallars Jussà, Pallars Sobirà, Pla de l'Estany, Solsonès, Ripollès y Val d'Aran. Como hecho significativo señalar que es una IGP transfronteriza que se extiende por la Cataluña Norte por municipios del Departamento francés de los Pirineos Orientales.

CARACTERÍSTICAS: Los animales utilizados para la producción de carne amparada por la IGP son de las razas rústicas Bruna dels Pirineus, Aubrac o Gascona, o del cruce de estas madres con machos de las razas Charolaise, Limousine o Rubia de Aquitània. Son criados en régimen extensivo como mínimo durante

los cuatro primeros meses de vida en los que se alimentan a base de leche materna i pastos frescos. Son sacrificados entre los 8 y 12 meses de edad con un peso mínimo de la canal de 160 kg. Para asegurar una buena maduración de la carne, las canales deben reposar un mínimo de 6 días antes de su venta al consumidor.

DATOS BÁSICOS: Durante el 2022 no se comercializó carne amparada bajo la IGP.

IGP Vaca Gallega / Buey Gallego



INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La IGP Vaca Gallega / Buey Gallego valoriza el vacuno mayor producido en Galicia y lo diferencia en el mercado. Bajo su programa de control, certifica la carne de vacas y bueyes de las principales razas existentes en la comunidad gallega, que se alimentan de pastos, forrajes en fresco o conservados y de otros recursos de las ganaderías, que pueden completarse con concentrados y productos de origen vegetal.

CARACTERÍSTICAS: La carne amparada se comercializa como Vaca Gallega o Buey Gallego. En la categoría *Selección* se identifican las canales con mayor infiltración y cobertura grasa, cualidades organolépticas muy valoradas en el vacuno mayor. El producto certificado se define por su intenso color, sus aromas marcados y su extraordinario sabor.

DATOS BÁSICOS: Vaca Gallega / Buey Gallego nace para dar garantías de origen y trazabilidad a los consumidores y generar nuevas oportunidades comerciales para los ganaderos gallegos. Desde que surgió en 2017, ya cuenta con casi 1.100 ganaderías inscritas. La carne comercializada también crece, hasta las 268 toneladas, revelando el gran potencial de la IGP.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE JAMONES

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

GUIJUELO **

JAMÓN DE JABUGO **/*

LOS PEDROCHES *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

JAMÓN DE TREVÉLEZ *

JAMÓN DE SERÓN *

ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

JAMÓN SERRANO **

ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

JAMÓN DE TERUEL/PALETA DE TERUEL *

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO **/*



CASTILLA - LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

GUIJUELO **/*

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO *

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

GUIJUELO **/*

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO *

CATALUÑA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO *

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

JAMÓN CURADO

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

DEHESA DE EXTREMADURA *

GUIJUELO **/*

JABUGO **/*

LA RIOJA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO *

MURCIA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO *

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

Dehesa de Extremadura

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca las dehesas arboladas a base de encinas y alcornoques situadas en

las provincias de Badajoz y Cáceres, mientras que la elaboración y maduración de jamones y paletas está delimitada por las comarcas de sierras del sudoeste de Badajoz, Ibor-Villuercas, Cáceres-Gredos Sur, Sierra de Montánchez y Sierra de San Pedro.

CARACTERÍSTICAS: Los jamones y paletas proceden únicamente de cerdos de raza Ibérica pura o cruzados con Duroc-Jersey con al menos el 75% de sangre ibérica. El proceso de secado y maduración se prolonga entre 18 y 36 meses. Según la procedencia de la alimentación del ganado, los jamones y paletas se clasifican como Bellota, Recebo y Cebo de Campo.

DATOS BÁSICOS: Están registradas 2.100 explotaciones de cerdos de cebo y 120 empresas elaboradoras. La producción anual es de 80.000 jamones y 145.000 paletas certificadas con la DOP. La calidad de nuestro producto está avalada por un control estricto por parte de los servicios técnicos veterinarios, desde que el cerdo nace hasta el etiquetado final del jamón o paleta y su posterior salida al mercado.

Guijuelo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de paletas y jamones curados comprende 78 municipios del suroeste de Salamanca, con Guijuelo como principal centro productor.

La zona de producción ganadera abraza diversas comarcas de Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura y Andalucía, principalmente aquellas que disponen de dehesas.

CARACTERÍSTICAS: Los cerdos amparados son 100% o 75% ibéricos, garantizando así la predominancia de la raza ibérica en las producciones. Los animales se alimentan de bellotas y pastos naturales en libertad dentro de las dehesas. Los jamones y paletas se someten a un proceso de curación en secaderos naturales y maduran en bodegas inscritas lentamente durante varios años hasta obtener las características organolépticas óptimas para su consumo. Cada pieza se identifica individualmente con un precinto inviolable y una vitola exclusivos numerados de la DOP Guijuelo, y una etiqueta comercial autorizada de un operador inscrito. Los precintos identifican cada tipo de pieza, atendiendo a un código de colores: negro para bellota 100% ibérico, rojo para bellota 75% ibérico, y verde para cebo de campo 100% o 75% ibérico. Los productos transformados deben portar una contraetiqueta de seguridad de la DOP que garantiza su trazabilidad.

DATOS BÁSICOS: En la añada 2021, la DOP Guijuelo registró 186 ganaderías y 347 explotaciones activas, 9 mataderos y 47 industrias elaboradoras certificadas. Se sacrificaron 45.172 animales y se comercializaron 90.323 jamones y 90.334 paletas en pieza entera, además de 12.639 deshuesados, 743 porcionados y 105.769 loncheados.

Jabugo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de jamones y paletas con DOP Jabugo está constituida por 31 términos municipales de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, entre los que se encuentran Aracena, Cortegana, Cumbres Mayores, Corteconcepción, Higuera de la Sierra, Jabugo y Santa Olalla del Cala. La zona de producción comprende las dehesas de encinas, alcornoques y quejigos de Huelva, Córdoba, Sevilla, Cádiz, Málaga, Cáceres y Badajoz.

CARACTERÍSTICAS: Cuando el cerdo está en la dehesa, y atendiendo a la cantidad de bellota, se identifica con un crotal para poder hacer el seguimiento de su engorde durante la montanera. Cuando el cerdo pasa a ser jamón y paleta, se identifica con dos elementos de control: un precinto de color negro de la DOP que se coloca en la pieza en el momento del sacrificio y una vitola de color negro de la DOP que se coloca en la pieza una vez que ha finalizado su elaboración. Ambos elementos con un mismo número identificativo, así como la añada correspondiente. Estos elementos garantizan al consumidor la trazabilidad de la calidad y el origen.

Finalmente, se coloca la etiqueta de la bodega comercializadora inscrita en el Consejo Regulador de la DOP Jabugo.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 39 bodegas comercializadoras, 26.407 cerdos identificados, 94.797 piezas precintadas en matadero, 61.727 jamones certificados con la máxima designación Summum, con un valor económico 15,9 millones de Euros.

Jamón de Serón

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La elaboración del «Jamón de Serón» se realizará exclusivamente dentro del término municipal de Serón, provincia de Almería.

CARACTERÍSTICAS:

Jamón curado obtenido a partir de los perniles del cerdo (machos castrados y hembras) procedente de alguna de las siguientes razas o cruces entre ellas: Duroc, Large White, Landrace, Blanco Belga, Pietrain y Chato Murciano, y elaborado a través de un proceso de secado-maduración natural, de forma redondeada, conservando la pata, con o sin corteza, siendo en este último caso eliminada mediante un corte con forma de «V». Color rojo y aspecto brillante al corte, con grasa parcialmente infiltrada en la masa muscular, carne de sabor ligeramente dulce, poco salada y de aroma de medio a intenso. Grasa de consistencia untuosa, brillante, coloración blanca amarillenta, de sabor dulce y aroma intenso.

Se comercializa bajo dos categorías: Jamón de categoría «S-XVI», de 7 kg de peso mínimo, con un período de elaboración superior a 16 meses. Jamón de categoría «S-XX» de peso mínimo 8 kg, con un período de elaboración superior a 20 meses.

Para ambas categorías, el proceso de secado-maduración natural, bajo las condiciones medioambientales de Serón, debe abarcar al menos 12 meses. Se podrá presentar el producto envasado, bien deshuesado o bien loncheado, siempre y cuando se garantice la calidad y la trazabilidad del mismo

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.



Jamón de Teruel

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA:

Todas las comarcas de la provincia de Teruel están amparadas para la producción de cerdos y la elaboración de jamones con Denominación de Origen Jamón de Teruel, siendo la más antigua DO de jamón de España.

CARACTERÍSTICAS: El porcino autorizado es el procedente de los cruces de las razas Landrace y Large White en madres, y Duroc en padres. El proceso de curación de los jamones se realiza en alturas superiores a los 800 metros y toda la fase de elaboración no es inferior a los 14 meses. Los jamones, de 8 a 9 kilos de peso, ofrecen un aspecto brillante y color rojo al corte, con grasa parcialmente infiltrada en la masa muscular. Los jamones van marcados con la clásica estrella de 8 puntas y la marca "Teruel" en la corteza.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 256 explotaciones de cerdos, 35.428 cerdas reproductoras y 53 empresas elaboradoras. La producción media anual alcanza un volumen de 450.065 jamones.

Jamón de Trevélez

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de los jamones protegidos por la Indicación Geográfica Protegida Jamón de Trevélez está constituida por un área natural en la que los factores de altitud, temperatura y humedad, entre otros, dan a los productos unas cualidades propias que tradicionalmente le han caracterizado. Esta zona comprende las partes con altitud superior a 1.200 metros de

los términos municipales de Trevélez, Juviles, Busquistar, Pórtugos, La Tahá, Bubión, Capileira y Bérchules. Las actividades de elaboración y maduración de los jamones se limitan a estos municipios de la comarca de la Alpujarra Alta, en la provincia de Granada.

CARACTERÍSTICAS: Los jamones se obtienen únicamente de cerdos de los cruces de las razas Landrace, Large-White y Duroc-Jersey alimentados con piensos vegetales. El jamón se elabora con pernil de cerdo blanco de hembra o macho castrado, tiene una curación natural con métodos tradicionales, contiene menos de un 5% de sal, sin aditivos ni conservantes, un sabor suave y poco salado con un color rojo pálido y grasa parcialmente infiltrada. El proceso de secado y curado se realiza en ambiente natural y se prolonga por un período que va desde mínimo los 14 meses, período a partir del cual el jamón desarrolla todos los aromas y el sabor, hasta más de 24 meses de curación.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 6 empresas elaboradoras y comercializadoras con una producción anual media de 271.307 jamones con I.G.P. Jamón de Trevélez.

Jamón Serrano

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración del jamón serrano se extiende a todo el territorio nacional. El producto deberá obtenerse de cerdos sanos que hayan sido sacrificados cumpliendo todos los requisitos higiénico-sanitarios exigidos por la legislación vigente.

CARACTERÍSTICAS: El proceso de elaboración que incluye las fases de salazón, lavado, reposo, secado y maduración no podrá ser en ningún caso inferior a siete meses desde la introducción de la pieza en sal. El jamón serrano presenta una grasa brillante, untuosa, de coloración entre blanca y amarillenta, aromática y de grato sabor. De color rosa a rojo púrpura, sabor delicado y poco salado, aroma agradable, textura homogénea, poco fibrosa y sin pastosidad. El jamón se presenta comercialmente en corte en V con pata o sin pata, corte redondo con pata y sin pata y deshuesado con piel, corte en V o sin piel y desgrasado.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador del jamón serrano español están inscritas 120 empresas de comercialización. Anualmente se comercializan 3 millones de piezas con la etiqueta garantizada en sus tres gamas de curación: Gran Reserva (más de 15 meses), Reserva (mínimo 12 meses) y los Loncheados (mínimo 10 meses).

Los Pedroches

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción para la cría y engorde de los cerdos protegidos por la Denominación de Origen

Protegida Los Pedroches comprende las dehesas arboladas de 32 municipios de la comarca de Los Pedroches, al norte de la provincia de Córdoba.

CARACTERÍSTICAS: Los jamones y paletas proceden únicamente de cerdos de raza Ibérica pura, o cruzados con Duroc, Duroc-Jersey y Lague-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 794 explotaciones ganaderas que suman unos 33.000 cerdos y 520 reproductoras. Hay 20 industrias adscritas a la Denominación de Origen Protegida que comercializan una media de 60.000 jamones y paletas con DOP.



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE EMBUTIDOS, SALAZONES Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS

ARAGÓN

MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

CECINA
 CHORIZO
 CONSERVA DE CERDO EN ACEITE
 LOMO EMBUCHADO
 LONGANIZA DE ARAGÓN
 MORCILLA DE ARAGÓN
 PALETA CURADA

ASTURIAS

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

CHOSCO DE TINEO *

BALEARES

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

SOBRASSADA DE MALLORCA *

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

EMBUTIDOS CRUDOS CURADOS DERIVADOS DE ESPECIES CINEGÉTICAS

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

BOTILLO DEL BIERZO *
 CECINA DE LEÓN *
 CHORIZO DE CANTIMPALOS

MARCAS DE GARANTÍA

CECINA DE VILLARRAMIEL
 CECINA DE CHIVO DE VEGACERVERA
 CHORIZO ZAMORANO
 CHORIZO DE LEÓN
 IBÉRICOS DE SALAMANCA
 FARINATO DE CIUDAD RODRIGO
 TORREZNO DE SORIA

CATALUÑA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

LLONGANISSA DE VIC * (SALCHICHÓN DE VIC)

COMUNIDAD VALENCIANA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

EMBUTIDO DE REQUENA *
 LONGANIZA
 MORCILLA
 SALCHICHÓN
 SOBRASADA

MARCAS DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

BOTIFARRA DE CEBA
 COENT DE BURRIANA
 EMBUTIDO OREADO AL PIMENTÓN
 LONGANIZA AL AJO
 LONGANIZA DE PASCUA
 LONGANIZA MAGRA
 LONGANIZA SECA
 MORCILLA DE CEBOLLA Y PIÑONES
 MORCILLETA DE CARNE
 MORCILLA DE PAN

GALICIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

LACÓN GALLEGO *

LA RIOJA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

CHORIZO RIOJANO *

REGISTRADOS Y CERTIFICADOS

PRODUCTOS CÁRNICOS ELABORADOS

* Denominación en tramitación / * Inscrita en el Registro de la UE



Botillo del Bierzo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración comprende los 38 términos municipales que conforman la comarca de El Bierzo, entre los que se encuentran Ponferrada, Cacabelos, Villafranca del Bierzo, y Villablino de la comarca de Laciana.

comarca de Laciana.

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 7 empresas que elaboran y comercializan 266.627 kilos de Botillo del Bierzo.



Cecina de León

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito geográfico protegido por la IGP incluye todos los municipios de la provincia de León. La altitud media es superior a 700 metros, con un clima continental extremo que es excepcional para la elaboración artesanal de la cecina.

CARACTERÍSTICAS: La cecina procede del despiece de los cuartos traseros del ganado vacuno mayor, preferentemente de razas autóctonas de Castilla y León. La materia prima se sala y, tras el lavado y asentamiento de las piezas, se ahuma con leña de roble o encina, todo ello hasta completar un proceso que debe durar un mínimo de 7 meses a partir de la fecha de salado. Las piezas tienen un peso que oscila entre los tres y los cinco kilos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 21 empresas que producen al año unas 125.000 piezas de tapa, contra, babilla y cadera, y comercializan algo más de 93.000 piezas con IGP.

Chosco de Tineo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de este embutido se extiende a los municipios de Tineo, Allende, Belmonte de Miranda, Cangas de Narcea, Salas, Somiedo, Valdés y Villalón en el occidente y suroccidente del Principado de Asturias.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado por la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Chosco de Tineo es un embutido crudo-curado y ahumado en ciego de cerdo. Los ingredientes que se emplean en su elaboración son: 80% como mínimo de cabecera de lomo y 15% como mínimo de lengua, sal, pimentón y ajo. La tripa que se utiliza como cobertura del chosco es el ciego del cerdo, de ahí su forma redondeada e irregular. Su color característico es el rojizo, más o menos intenso según la carne utilizada y la concentración de pimentón. Su sabor es agridulce con un suave toque ahumado. Los 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 Carbonero y de Riaza a Villacastín con una superficie de 2.268 kilómetros, con el municipio de Cantimpalos como núcleo principal de producción.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado por la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Chorizo de Cantimpalos es un embutido elaborado con carne de cerdo alimentado básicamente con cebada y cuya área de producción se sitúa a unos 1.000 metros de altitud, lo que constituye un medio excepcional para la curación natural del chorizo, proporcionándole su aroma y sabor característicos. Su composición comprende un 70% de magro de cerdo, un 26% de tocino, 2% de sal, 2% de pimentón, ajo y orégano. Este chorizo, que se consume crudo, frito o cocido, se presenta en tres formatos: sarta o herradura, de calibre fino y con un peso de 400 gramos; achorizado, en ristra de cinco piezas atadas de unos 700 gramos, y cular, embutido en tripa natural y de 1,2 kilos de peso medio.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 6 granjas, 4 salas de despiece, 4 mataderos y 19 empresas cárnicas, que comercializan 1,5 millones de kilos de chorizos al año con IGP.



Chorizo Riojano

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración del chorizo riojano se centra en toda la comunidad autónoma de La Rioja.

CARACTERÍSTICAS: De forma sarta o herradura, con un diámetro de 30-40 milímetros y un peso mínimo de 200 gramos, es uno de los alimentos más típicos de La Rioja, este chorizo es de consistencia firme y compacta, presenta un aroma equilibrado e intenso en el que domina el pimentón y las notas de ajo, con una textura agradable al paladar y un sabor intenso, persistente y picante en ocasiones. Las técnicas tradicionales de elaboración se plasman ahora en una industria cárnica que conjuga estos conocimientos heredados generación tras generación con las más modernas tecnologías.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 4 empresas, que producen una media de 2.565.000 piezas de chorizo riojano.

Embutido de Requena

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de embutidos se localiza en el municipio valenciano de Requena.

CARACTERÍSTICAS: Los embutidos se elaboran a partir de carne de cerdo y los productos protegidos son: salchichón, chorizo, perro, longaniza, morcilla, güeña y sobrasada. La elaboración tradicional de productos de la matanza destaca con personalidad en el Embutido de Requena. Las artes empleadas en el acondicionamiento de las carnes y demás productos derivados del cerdo, el especiado y maduración de las pastas, así como el embutido y curado de las piezas, junto a las condiciones ambientales influyentes en los procesos de secado, oreado y afinado de los productos, son determinantes de su peculiar calidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 11 empresas que elaboran y comercializan Embutido de Requena con Indicación Geográfica Protegida.

Lacón Gallego

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara la producción y elaboración de Lacón Gallego en toda la Comunidad Autónoma de Galicia, siempre y cuando se cumpla la normativa prescrita.

CARACTERÍSTICAS: El ganado apto para producir lacones es de las razas Celta, Large White, Landrace, Duroc y sus cruces. La alimentación puede ser tradicional (cereales, bellotas, castañas y tubérculos) o con piensos controlados. Los machos son castrados antes de su entrada al cebadero. Los cerdos para sacrificio tendrán, como mínimo, 6 meses de edad y 90 kilos de peso vivo.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritas 191 explotaciones, 7 mataderos, 9 salas de despiece y 8 industrias cárnicas. Anualmente se comercializan cerca de 1.550 piezas amparadas por la Indicación Geográfica Protegida, cuyo peso se aproxima a los 6.000 kilos.

Sobrasada de Mallorca

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción y elaboración de la IGP comprende todas las comarcas de la isla de Mallorca, en el archipiélago balear.

CARACTERÍSTICAS: Características: Para su elaboración se utilizan carnes picadas (magro y tocino) de cerdo que se aderezan con pimentón, sal y especias, se embuten y se dejan curar lentamente hasta adquirir un bouquet único. Se elabora por empresas ubicadas en Mallorca y que están inscritas en los registros de la IGP Sobrasada de Mallorca. La sobrasada de Mallorca adquiere unas características que la diferencian de las sobrasadas sin el distintivo de calidad. Al término de su curación la superficie del embutido es de color rojo oscuro, lisa o ligeramente rugosa, con ausencia de enmohecimiento o enmohecimiento blanquecino y la pasta es blanda, inelástica, adherente, cohesionada, untuosa, poco fibrosa y de aspecto rojo marmóreo. Sabor y aroma característico, con clara percepción de la presencia del pimentón.

Atendiendo a la raza de cerdo se distinguen dos tipos de sobrasadas; la Sobrasada de Mallorca y la Sobrasada de Mallorca de cerdo negro, elaborada a partir de una raza autóctona mallorquina.

DATOS BÁSICOS: En el registro de elaboradores del Consejo Regulador figuran 19 empresas elaboradoras de las cuales las 19 elaboran Sobrasada de Mallorca y 10 elaboran Sobrasada de Mallorca de Cerdo Negro. La producción de Sobrasada de Mallorca protegida es de un total de 1.988.310 kg.

Llonganissa de Vic

(Salchichón de Vic)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los cerdos aptos para la elaboración de este embutido incluye toda la comarca de Osona, mientras que la zona de elaboración reconocida

se extiende a toda la Plana de Vic, en Barcelona.

CARACTERÍSTICAS: El Salchichón de Vic presenta unos rasgos específicos en su aspecto que también ayudan a distinguirlo de los salchichones que no tienen el distintivo de calidad.

El color rojo intenso y brillante en el corte deja perfectamente visible los pequeños dados de grasa y la pimienta en grano que integran la tradicional composición de este producto. Externamente destaca la flora que durante el proceso de secado se ha asentado en las tripas naturales que han servido para embutir las carnes de cerdo seleccionadas.

Para garantizar que el Salchichón de Vic cumple permanentemente los altos niveles de composición y calidad que se requieren para este producto, el Consejo Regulador de la IGP Salchichón de Vic encomendó a una Entidad de Certificación independiente y de reconocido prestigio la verificación de los procesos que siguen las empresas, así como el análisis de los salchichones que comercializan. De esta manera nos aseguramos que se respeta la normativa de calidad europea.

El Consejo Regulador es quien tiene la autoridad para conceder el distintivo específico que permite diferenciar el auténtico Salchichón de Vic del resto, siempre que hayan superado los estrictos controles de calidad.

Este producto se elabora con carnes magras de cerdo seleccionadas, sal y pimienta negra, en empresas ubicadas en los municipios que integran la Plana de Vic y que están inscritas en los registros del Consejo Regulador de la IGP Salchichón de Vic. Actualmente, forman parte seis empresas: Splendid Foods (marca Can Duran), Embotits Salgot, Sucesores de J. Pont, Casa Riera Ordeix, Embotits Casolans Ca La Glòria (marca Casa Oms) y Embutidos Solá.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 6 empresas elaboradoras, que comercializan anualmente unas 570.000 piezas que representan aproximadamente de 270.000 kilos de Salchichón de Vic. El 75 % se destina al mercado interior.



HUEVOS



La avicultura de puesta española es una de las más modernas y dinámicas de la Unión Europea. España ocupa el tercer puesto dentro de la Unión Europea en el ranking de países productores de huevos, por detrás Alemania y Francia.

La producción nacional de huevos representó en 2022 el 6,2% de la Producción Final Ganadera y el 2,5% 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 2022, el valor generado por este sector a efectos de calcular la renta agraria se cifró en 1.554,4 millones de euros expresados en valores corrientes. El valor de ese año resultó superior al del precedente en un 43,7%. La producción de huevos disminuyó en cantidad un 8,9%, mientras que los precios subieron un 57,8%, muy por encima de los incrementos de años anteriores.

El censo de gallinas ponedoras en 2022 ascendía a casi 48 millones y el sector está en pleno proceso de transformación para reconvertir las granjas con jaulas enriquecidas (las únicas permitidas en la UE) a sistemas alternativos (en suelo, campero o ecológico), en línea con el anuncio de la Comisión Europea de elimi-

nar progresivamente el uso de jaulas, como parte de su estrategia "De la Granja a la Mesa".

Del censo total que había al finalizar 2022, el 68,2% eran gallinas criadas en jaula; el 20% en suelo; el 9,9% eran camperas y el 1,45% eran ecológicas. Con respecto al año anterior, aumentó el censo de gallinas criadas en suelo y camperas.

La comunidad con el mayor censo de gallinas ponedoras es Castilla-La Mancha, con el 25,1% del total. Le siguieron Castilla y León (16,7%), Aragón (14,4%), Comunidad Valenciana (9,3%) y Cataluña (8,2%).

Por su lado, en 2022 aumentó en número de explotaciones dedicadas a la cría de gallinas ponedoras, pasando de algo más de 1.400 a casi 1.600. En este caso, el 28% eran explotaciones de gallinas en jaula, el 28,4% eran de gallinas en suelo; el 31% de las explotaciones eran de gallinas camperas y el 12,4% de gallinas ecológicas.

El porcentaje de explotaciones con sistemas de cría de jaula ha pasado de suponer el 60,5% del total en 2013, al 28,1 % en 2022 (aunque el censo de las explotaciones alternativas solo supone el 31,4% del total). Respecto al año anterior, el censo en sistemas alternativos aumentó en 2022 un 18% y las granjas alternativas un 15,8%.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE HUEVOS (Miles de toneladas)			
PRODUCTO	2020	2021	2022
HUEVOS DE GALLINA	918	870	850
OTROS HUEVOS	0,1	0,1	0,1
TOTAL	918	870,1	850,1

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE HUEVOS (INCUBAR Y CONSUMO) EN LA UE (Miles de toneladas)			
PAÍS	2020	2021	2022
ALEMANIA	967	977	930
AUSTRIA	134,2	136,2	136
BÉLGICA/LUXEMBURGO	190,5	192,5	190
BULGARIA	94	94	93
CHIPRE	10,2	11	10
CROACIA	66,9	69,8	69
DINAMARCA	97	99,7	99
ESLOVAQUIA	71	71	70
ESLOVENIA	35	35,4	35
ESPAÑA	918	870	850
ESTONIA	9,8	9,8	9
FINLANDIA	76	77,7	77
FRANCIA	979	1.005	964
GRECIA	110	101	100
HOLANDA	703	703	703
HUNGRÍA	135	140,4	140
IRLANDA	74,8	87,7	86
ITALIA	806	806	785
LETONIA	42,2	42,2	42
LITUANIA	51	51	51,0
MALTA	7,1	7,1	7,0
POLONIA	662	604	539
PORTUGAL	139,3	133	130,0
REPÚBLICA CHECA	177	179	1.679,0
RUMANIA	346	370	370,0
SUECIA	168	168	167,0
TOTALES	7.070	7.041,7	6.814

FUENTE: Comisión Europea

PRODUCCIÓN DE HUEVOS

La producción de huevos de gallina (comercialización y autoconsumo) se estimó en unos 1.028 millones de docenas.

Castilla-La Mancha encabeza la producción de huevos, con el 23,7% del total, seguida de Castilla y León con el 17% y Aragón con el 15,8%. Otras regiones con gran producción de huevos son la Comunidad Valenciana, Cataluña y Andalucía.

Respecto al comercio, la balanza del sector de los huevos ha tenido desde hace años un saldo positivo, ya que las exportaciones son muy superiores a las importaciones. En 2022, descendieron tanto la compras como las ventas. Así, según datos del Departamento de Aduanas, las exportaciones totales de huevos con y sin cáscara, a países de la UE y extracomunitarias, alcanzaron las 150.378 toneladas (un 10,7% menos que en el año anterior), mientras que las importaciones totales sumaron 41.442 toneladas, un 3,8% menos que en 2021.

De las exportaciones totales, aproximadamente el 79,6% fueron a los países de la Unión Europea, mientras que de las importaciones nacionales, los países de la UE aportaron el 98%.

Fuera de la Unión Europea, los países que más huevos compraron a España fueron Reino Unido (que además incrementó un 22% sus compras), Mauritania, Israel y Guinea Ecuatorial. En cuanto a los países comunitarios, los que más compraron en volumen fueron Francia, Portugal e Italia.

HUEVOS DE OTRAS PONEDORAS

Aunque en la alimentación humana se utilizan huevos de diferentes especies, los más consumidos son los de gallina y, en mucha menor medida, los de codorniz.

Dentro del sector de los huevos de ave para consumo humano también habría que incluir una pequeñísima producción de huevos de avestruz, así como también las producciones de huevos de pata, pava u oca. En total, se estima que la producción anual de huevos de estas aves asciende a unas 35.000 docenas de huevos. Andalucía y Galicia dominan la producción de huevos de pava, mientras que en huevos de pata destacan Cantabria, Extremadura y también Galicia.

La producción y comercialización de huevos y ovoproductos en España está sujeta a numerosas regulaciones, cuyas directrices vienen marcadas por las políticas de la Unión Europea. En su conjunto, estas normas definen el denominado Modelo Europeo de Producción (MEP) agroalimentaria, que es un referente a nivel mundial.

Este modelo se caracteriza por responder a las demandas del consumidor y aplicar los mayores estándares de seguridad alimentaria, sostenibilidad de la producción, protección del medio ambiente y del bienestar y la sanidad animal.

El conjunto del sector del huevo español está comprometido con su aplicación y tanto las granjas como

las industrias invierten continuamente en la mejora de las instalaciones para que los todos los eslabones de la cadena, desde la producción al consumidor, estén alineados con los objetivos del MEP, cuyos requisitos también evolucionan con el tiempo.

PRODUCCIÓN DE HUEVOS EN LA UE

La producción de huevos en la Unión Europea, a efectos de calcular la renta agraria, supuso en 2022 cerca del 2,6% de la Producción Final Agraria y el 6,6% de la Producción Final Ganadera. El valor generado por esta producción en 2022 se elevó a 13.705 millones de euros, por la subida de los precios medios.

En la UE, la producción de huevos de gallina para consumo humano en 2022 se elevó hasta los 6,814 millones de toneladas, un 4,1% menos que en el año anterior, según los datos de la Comisión Europea.

Por países, lideraron el ranking de producción Francia (14% del total), Alemania (14%), España (12%), Italia (12%), Países Bajos (10%) y Polonia (8,6%). En estos porcentajes están incluidos tanto los huevos para consumo, como los destinados a incubar, según los datos de la Comisión Europea.

Asimismo, el censo de gallinas ponedoras de la UE rondaba en 2022 los 380 millones de aves, 4 millones más que en el año precedente. Alemania fue el país con mayor censo de gallinas (más de 59 millones de animales, un millón por encima del año anterior), seguida de Polonia (51,4 millones) y de Francia (48,3 millones). Por su lado, España se situaba en cuarto lugar por censo de gallinas (47,3 millones, según estimaciones de la Comisión Europea) e Italia en el quinto (40,5 millones).

Del censo total de la UE, un 43,2% eran gallinas en jaulas, un porcentaje muy inferior al de 2021 pues este tipo de crianza va disminuyendo gradualmente de año en año. El resto de las gallinas (52,3%) eran gallinas criadas con métodos alternativos y un 6,5% de ese porcentaje eran gallinas ecológicas.

COMERCIO DE HUEVOS EN LA UE

La balanza comercial comunitaria en el sector del huevo tiene saldo positivo porque las exportaciones son mucho mayores que las importaciones. En concreto, las compras comunitarias en 2022 quedaron en 50.000 toneladas (equivalente huevo-cáscara), un 35% más que en el año anterior. Principalmente, las importaciones de huevos de la UE procedieron de Reino Unido y Ucrania.



PRODUCCIÓN DE HUEVOS DE GALLINA PARA CONSUMO EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA

PRODUCTO	2020	2021	2022
HUEVOS DE GALLINA	87.075	86.388	87.000
OTROS HUEVOS	6.429	6.462,6	6.814
TOTAL	860	870	850

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

PRODUCCIÓN TOTAL DE HUEVOS POR CCAA (Miles de docenas)

PRODUCTO	2020	2021	2022*
ANDALUCÍA	53.584	50.465	45.974
ARAGÓN	172.008	178.544	162.654
ASTURIAS	2.198	2.498	2.276
BALEARES	8.568	6.670	6.076,4
C. VALENCIANA	116.288	110.815	100.952,5
CANARIAS	30.806	30.556	27.837
CANTABRIA	2.002	1.777	1.619
CASTILLA Y LEÓN	196.054	190.979	173.982
CASTILLA-LA MANCHA	290.304	268.454	244.562
CATALUÑA	91.508	97.197	88.546,5
EXTREMADURA	30.316	27.053	24.645,3
GALICIA	47.561	49.345	44.953,3
LA RIOJA	3.663	3.775	3.439
MADRID	20.958	21.784	19.845,2
MURCIA	32.603	29.798	27.146
NAVARRA	27.980	29.034	26.450
PAÍS VASCO	28.296	30.092	27.414
ESPAÑA	1.154.697	1.128.836	1.028.372

FUENTE:MAPA (*) Estimación

EVOLUCIÓN DEL PARQUE DE GALLINAS PONEDORAS Y DE LA PUESTA MEDIA POR GALLINA EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

AÑO	NÚMERO DE GALLINAS EN PUESTA (Miles de aves)	HUEVOS PUESTOS AL AÑO	
		(Miles docenas)	(Unidades por gallina)
2020	47.129	1.154.697	294
2021	47.069	1.128.836	287
2022	47.317,3	1.028.372	261

FUENTE: MAPA

Por su lado, desde la UE se exportaron 344.000 toneladas equivalente huevo-cáscara (sin incluir tampoco huevos para incubar), lo que supuso un descenso del 6,26% respecto al año precedente. Los principales destinos de las ventas europeas de huevos fueron Reino Unido, Japón y Suiza.

Finalmente, la producción mundial de huevos creció ligeramente en 2022, superando los 87 millones de toneladas. El país con mayor producción de huevos fue China, con prácticamente el 50% del total. También destacaron por su producción la Unión Europea en su conjunto y Estados Unidos. ■

HUEVOS

El sector industrial del huevo se recuperó con fuerza en 2022, registrando un aumento de producción y de facturación, en consonancia con la recuperación del consumo en el canal HORECA. Como en años anteriores, la demanda doméstica se resintió, después de los años de pandemia.

La Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el INE, estima que la producción industrial de huevos (y productos a base de huevo) ascendió en 2022 a 148.946 toneladas, por un valor de 321,3 millones de euros. En relación al año anterior, se produjo un aumento en volumen del 12% y un del 71% en valor.

Las empresas productoras y comercializadoras de huevos llevan años modernizando y adecuando sus sistemas de producción a las exigencias europeas e impulsando de manera decidida el comercio internacional.

A este respecto, el sector avanzó en la transformación hacia un modelo productivo libre de jaulas con inversiones millonarias de los principales grupos industriales.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La base productiva de la industria del huevo son las 1.654 granjas de producción que hay en España (datos de 2022), con cerca de 47,3 millones de gallinas ponedoras. Además de las granjas productivas, en la estructura productiva del sector del huevo hay también granjas de selección, multiplicación y granjas de cría (unas 400 en total), así como también unos 885 centros de embalaje y unas 30 empresas de ovoproductos.

Durante 2022 se produjeron en el sector movimientos de concentración de empresas, que llevaron a crear grupos más grandes. De hecho, las tres primeras empresas operadoras de este mercado controlaban cerca del 30% de la producción.

Tanto por su producción de huevos como por su facturación, la primera empresa de este sector es valenciana

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HUEVOS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Huevos Guillen, S.L. - Grupo	233
Granja Bailón S.L.	146,37
CAMAR Agroalimentaria, S.L. - Grupo (*)	93,46
HEVO Group	81,91
Granja San Miguel, GRUPO.	79
S.A.T Granja Virgen del Rosario, S.L.	53
Interovo Avícola Huesca, S.L.	39,5
Corp. Alimentaria Guissona, S.A (*)	2.822
Avícola Llombay, S.A.	38
GRUPO Rujamar (*)	31,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

y su facturación quedó en 233 millones de euros. La producción descendió sensiblemente, hasta los 114 millones de docenas.

La segunda empresa en el ranking de las diez primeras tuvo una producción anual de 79 millones de docenas (superior a la del año precedente) y su facturación fue de 82 millones de euros.

Por su lado, el tercer grupo contó con una producción de 74 millones de docenas y la facturación superó ligeramente los 79 millones de euros.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado, y controlan en torno al 50% de todas las ventas en volumen, aunque su importancia en valor resulta mucho menor.

Las asociaciones que trabajan en el sector son ASE-PRHU (Asociación Española de Productores de Huevos), INOVO (Asociación Española de Industrias de Ovoproductos) y FEDEROVO (Federación Española de Empresas del Sector de la Producción de Huevos y Ovoproductos). Todas ellas forman parte de la organización Interprofesional del Huevo y sus Productos (INPROVO), junto a representantes de los productores. ■

OVOPRODUCTOS

Los ovoproduitos no son sucedáneos del huevo, sino derivados que se obtienen tras procesar los huevos, para eliminar cualquier riesgo sanitario, alargar la vida útil y/o facilitar el manejo del huevo en industrias alimentarias, restauración y usos profesionales.

Muchas veces los ovoproduitos sustituyen al huevo porque son más cómodos de almacenar y manejar.

Pueden ser de huevo entero (clara y yema) o sólo de una parte del huevo (clara o yema). Con ellos se evita tener que manipular las cáscaras y se adapta mejor su composición y características funcionales a las necesidades de los consumidores, según la Asociación Española de Industrias de Ovoproduitos (INOVO). INOVO es miembro de INPROVO, punto de encuentro de las asociaciones que operan en el sector del huevo.

En la Unión Europea solo pueden elaborar ovoproduitos las industrias alimentarias autorizadas oficialmente para transformar huevos. Éstas están registradas en cada país (en España, la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición –AECOSAN– es la entidad encargada del registro nacional de industrias alimentarias) y a todas se les asigna un número identificativo. Su control corresponde a las autoridades de sanidad de las comunidades autónomas.

La materia prima para fabricación de ovoproduitos son huevos de categoría A o B, en perfectas condiciones. Los procesos básicos para la elaboración de ovoproduitos suelen pasar por la obtención de huevo líquido,

que luego se pasteuriza (bien entero, o por separado clara o yema), y se puede desecar después para hacer huevo en polvo. Otro procesado habitual es la inmersión del huevo entero en agua caliente para obtener huevo cocido, que se vende pelado o sin pelar.

Los ovoproduitos son muy usados por las industrias alimentarias y en restauración. Se presentan en distintas formas de elaboración y conservación: huevos cocidos, revueltos o en tortilla, líquidos o en polvo (huevo entero, clara o yema), refrigerados, congelados o a temperatura ambiente, entre otros.

Además, también se emplean como ingredientes en platos con huevo, o para preparar otros alimentos como la mayonesa, masas o helados.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Alrededor de un 20% de la producción total de huevos acaba siendo transformado en ovoproduitos. La mayor parte de los operadores de este sector son filiales de compañías multinacionales y algunos de los grandes grupos españoles productores de huevos.

El sector de ovoproduitos alcanza una producción conjunta que se acerca a las 130.000 toneladas, a las que hay que añadir otras 10.000 toneladas de huevos cocidos, en polvo y otros.

En INOVO, que nació como asociación en 2004, hay asociadas algo menos de una decena de empresas de

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)



dicadas a la producción y comercialización de ovoproductos.

El líder empresarial sectorial produce unas 35.000 toneladas anuales, mientras que el segundo y el tercero presentan unas producciones bastante similares, en torno a las 25.000 toneladas.

Las ventas de productos derivados del huevo en la distribución organizada aumentaron, tanto en volumen y como en valor, en el año 2022

El mercado de este tipo de productos está adquiriendo una gran importancia y muchas de las principales firmas están fortaleciendo esa línea de negocio.

COMERCIO EXTERIOR

Las empresas productoras de huevos y ovoproductos tienen una clara vocación exportadora. En los últimos años, han pasado de exportar el 10% de su producción, a vender el 23% en el último ejercicio.

El valor de las exportaciones superó los 96 millones de euros, cifra muy por encima del nivel alcanzado en el año precedente, y los destinos principales fueron Francia (44%), Reino Unido (12,3%) Países Bajos (12,2%), Portugal (9,6%) e Italia (6,2%).

Por su parte, el valor de las importaciones aumentó hasta los 6,7 millones de euros, siendo los principales



lugares de procedencia Estados Unidos (34%), Francia (14,1%, porcentaje muy inferior al del año precedente) y Polonia (14%).

A pesar de ese predominio de las exportaciones intracomunitarias, el comercio exterior español del huevo se va orientando poco a poco hacia los mercados de países terceros.

Las provincias exportadoras de huevos de cáscara más dinámicas son Valladolid, Toledo, Huesca, Cuenca y Guadalajara.

Al margen de los huevos frescos de gallina, hay intercambios importantes de huevos de otras aves de corral. ■

CONSUMO Y GASTO EN HUEVOS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron un total de 5,988,0 millones de unidades de huevos y gastaron 1.111,9 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a unas 129,5 unidades de consumo y 24,0 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los huevos de gallina (unas 126 unidades por persona y año), de los que casi 8

unidades fueron huevos ecológicos, mientras que el consumo de huevos de otras aves no llegó a 4 unidades por persona al año. En términos de gasto, los huevos de gallina concentran el 98,7% del gasto, con un total de 23,7 euros por persona, y dentro de ellos los huevos de gallina ecológicos alcanzan 2,1 euros. Por su parte, los huevos de otras aves presentan un pequeño porcentaje del 1,3% y un total de 30 céntimos de euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN HUEVOS DE LOS HOGARES, 2022				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones unidades)	PER CAPITA (Unidades)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL HUEVOS	5.988,0	129,5	1.111,9	24,0
HUEVOS GALLINA	5.839,1	126,2	1.098,2	23,7
HUEVOS GALLINA ECOLÓGICOS	365,9	7,9	98,9	2,1
HUEVOS OTRAS AVES	149,0	3,2	13,6	0,3

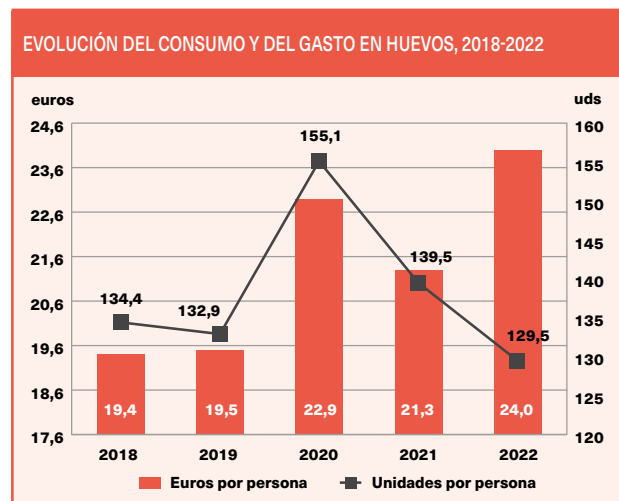
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de huevos durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

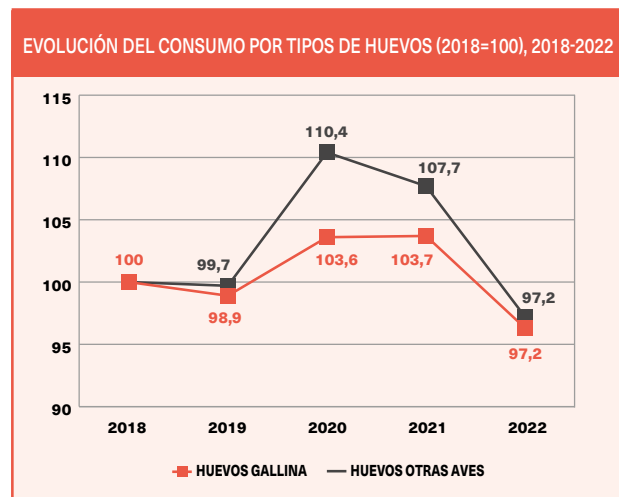
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de huevos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de huevos es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de huevos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de huevos, mientras que los índices son más reducidos en los hogares que tienen cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en grandes núcleos de población (por encima de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de huevos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos entre 10.000 y 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, 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, Navarra, País Vasco y Cantabria cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Baleares y Región de Murcia.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

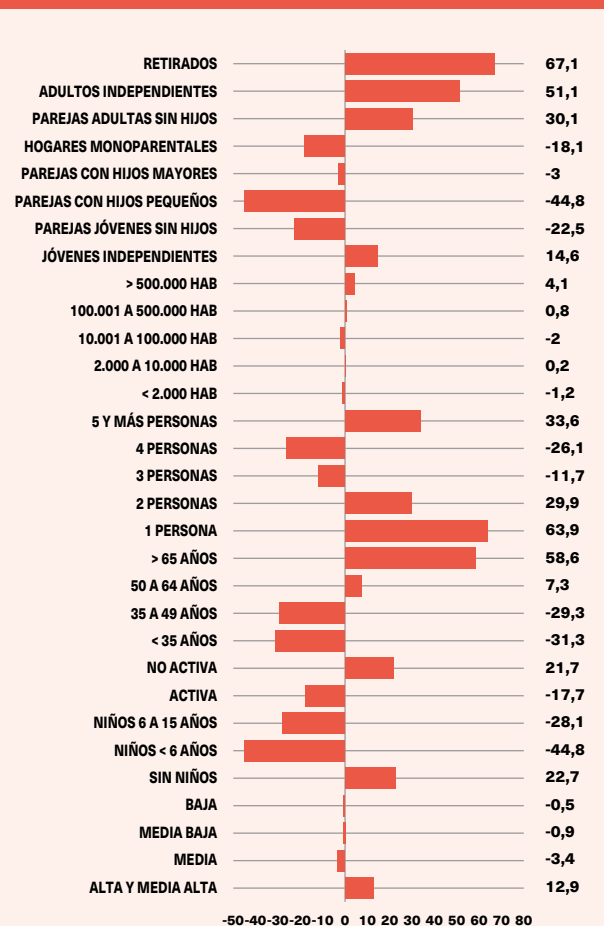
Durante los últimos cinco años, el consumo de huevos se había mantenido bastante estable por persona pero en el año 2020 se produce un incremento motivado por los efectos del COVID-19 (respecto al año anterior, aumentó en 22 unidades) y el gasto también aumentaba (respecto al año anterior, en 3,4 euros por consumidor). En el año 2022 se ha producido un ajuste a la baja con una minoración de 10 huevos por persona con respecto al año 2021. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produce en el año 2020 (155,1 unidades) mientras que el gasto más elevado aparece en 2022 con 24,0 euros por consumidor.



En la familia de huevos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido bastante similar en ambos productos. Respecto a la demanda de 2018, tanto los huevos de gallina como los huevos de otras aves tienen un volumen de demanda ligeramente inferior.



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

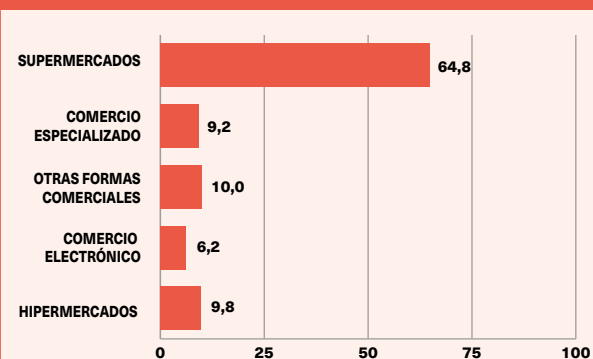


* Media nacional = 129,5 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de huevos a los supermercados (64,8% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 9,2%, el hipermercado representa el 9,8%, y el autoconsumo el 6,2%. Finalmente, las otras formas comerciales concentran un 10,0% de la cuota de venta global. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE HUEVOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA



La Asamblea General de las Naciones Unidas declaró 2022 como el Año Internacional de la Pesca y la Acuicultura Artesanales, una oportunidad para centrar la atención en el importante papel que desempeñan los trabajadores de la pesca, piscicultores y pescadores artesanales en pequeña escala en la seguridad alimentaria y la nutrición, la erradicación de la pobreza y el uso sostenible de los recursos naturales. Durante ese año, la FAO organizó más de 260 actos en 68 países, que sirvieron para sensibilizar sobre la pesca artesanal y la situación de la pesca a nivel mundial.

Según la FAO, la producción pesquera mundial (peces, crustáceos y moluscos incluidos) ronda los 214 millones de toneladas anuales, de los que 160 se destinan a la alimentación humana y el resto, a usos no alimentarios. De la producción total, más del 60% corresponde a la aportación de la acuicultura. A nivel mundial, la pesca de capturas ha dejado de crecer en los últimos años.

Sólo siete países representan la mitad de toda la pesca de capturas a nivel mundial: China, Indonesia, India, la UE, Perú, Rusia, Estados Unidos. China es la principal potencia pesquera, con más de 14,3 millones de toneladas y España está situada en el decimonoveno lugar a nivel mundial. A esa producción hay que añadir la de la acuicultura (68,5 millones de toneladas).

A pesar de que en los últimos años se ha reducido su número, se estima que la flota pesquera mundial está compuesta por unos 4 millones de embarcaciones, de las que cerca de un 67% se encuentran en Asia.

La especie pesquera más capturada a nivel mundial es la anchoveta (*Engraulis ringens*), seguida del colín de Alaska y del listado (*Katsuwonus pelamis*). En conjunto, los peces de aleta son los más capturados (representan el 85% de la producción total de pesca marina) y entre ellos sobresalen los atunes.

Asimismo, las principales producciones de la acuicultura a nivel mundial son las carpas (herbívora, plateada común y cabezona), la tilapia y el salmón. Entre los crustáceos, destacan el camarón patiblanco, los cangrejos (de las marismas y chino) y el langostino. Dentro de los moluscos, los primeros lugares están ocupados por ostiones, almejas japonesas, peines y mejillones.

Por zonas, Asia representa casi el 92% de la producción mundial y Europa sólo el 2,7%, por ejemplo.

COMERCIO EXTERIOR MUNDIAL

El comercio internacional de productos pesqueros cumple un papel esencial para promover el consumo de pescado y asegurar la seguridad alimentaria mundial. En torno al 35% de toda la producción pesquera mundial se destina al comercio internacional, aunque ese porcentaje crece en ocasiones en función de la cantidad de harina de pescado que se exporta.

Se exportan anualmente unos 70 millones de toneladas de pescado y productos pesqueros, de los que un 15% corresponden a las ventas exteriores de China.

Otros países que destacan por su exportación son Noruega, Vietnam, Tailandia y Estados Unidos. De hecho, los 10 primeros países exportadores del mundo acaparan una cuota de mercado superior al 53%

En el lado contrario, los países que más pescados y productos de la pesca importan en el mundo son Estados Unidos (más del 15% del total), Japón y China.

SECTOR PESQUERO EN LA UE

En la Unión Europea (UE), en 2022 había registrados 74.738 buques de pesca. Sólo 22 países cuentan con flota pesquera y es Grecia el que tiene un mayor número de barcos (19,5% del total). Por detrás de Grecia en cuanto a número de barcos, se encuentran Italia (16% de la flota) y España (11,7%). La mayor parte de estos barcos son de pequeño tamaño y con una antigüedad media de 34,4 años. Asimismo, un total de 2.272 barcos tiene un tamaño superior a 24 metros de eslora.

La pesca desempeña un papel crucial para el empleo y la actividad económica en varias regiones de la UE. España representa por sí sola una cuarta parte de los empleos del sector pesquero de la UE.

Además de la pesca, también hay muchas personas empleadas en la acuicultura (70.000 en toda la UE) y en la industria transformadora.

Anualmente, la producción de la UE ronda los 6,3 millones de toneladas, de las que 4,8 millones son capturas y 1,5 millones son producciones de la acuicultura. España lidera la producción de pescado, por delante de Francia, Italia y Grecia.

Los peces que más capturan los barcos de la UE son el arenque (14,1% del total), el espadín (8,9%), la bacaladilla (7,3%) y la caballa (6,9%).

Para abastecer el mercado es necesario recurrir a las importaciones. En este sentido, se compran unos 6,2 millones de toneladas (peces de acuicultura y el de capturas) por un valor de 24.200 millones de euros y se exportan unos 26 millones de toneladas, por un valor de casi 7.000 millones de euros. Los destinos de estas exportaciones son países como Reino Unido, Noruega, Nigeria, China o Egipto.

Entre la pesca, que es la que más empleo genera, y la acuicultura hay 151.400 personas que trabajan en el sector pesquero, sin incluir a los empleados en el sector de la transformación, según los datos del Parlamento Europeo.

Como ocurre para la ganadería y la agricultura, la pesca cuenta con una Política Pesquera Común (PPC), que se basa en la necesidad de garantizar una explotación ambientalmente sostenible de los recursos biológicos marinos y la viabilidad del sector a largo plazo.

Para alcanzar este objetivo, la Comisión Europea ha aprobado legislación sobre el acceso a las aguas comunitarias, la asignación y el uso de los recursos, los totales admisibles de capturas y la limitación del esfuerzo pesquero, entre otros temas.

SECTOR PESQUERO EN ESPAÑA

El sector pesquero y la acuicultura generan al año unos ingresos por actividad que rondan los 2.600 millones de euros. Una vez descontados los consumos intermedios y las amortizaciones, y sumadas las subvenciones a los productos y a la producción, se obtiene una renta anual por valor de algo más de 1.110 millones de euros.

La flota pesquera nacional representa el 24,4% de la capacidad total de la flota europea y estaba compuesta en 2022 por 8.657 embarcaciones, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

En el sector pesquero hay empleados unas 53.000 personas, de las cuales 24.200 estarían trabajando en la pesca marítima y el resto en acuicultura e industria de transformación. Precisamente, España es el país europeo que tiene más personas trabajando en el sector transformador de pescado, muy por delante del segundo país que es Polonia.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Según el directorio de empresas del INE, en España había en 2022 un total de 619 empresas dedicadas al procesamiento y conservación de pescados, crustáceos y moluscos.

Por su lado, la Confederación Española de Pesca (CEPESCA), es la organización empresarial pesquera de ámbito nacional más importante de toda Europa y una de las más representativas del mundo. Al acabar 2022, esta asociación creada en 2007 estaba formada por 41 asociaciones de armadores de pesca, 800 empresas pesqueras, 867 buques y 10.000 trabajadores (tripulantes). Los barcos de los socios de CEPESCA tienen un arqueo de 199.409,85 GTs (tonelaje de arqueo) y controlan el 50% de las capturas a nivel nacional.

En ese sentido, la asociación agrupa al 95% de la flota de altura, un porcentaje elevado de la flota de bajura de mediano porte y un 64% del volumen total del tonelaje de arqueo (GT) de la flota española.

Entre los cometidos de CEPESCA están luchar contra la pesca ilegal, mejorar la competitividad de las empresas y defender los intereses económicos y profesionales del sector.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL MAYORISTA

Respecto a la estructura empresarial que forma el eslabón mayorista, ésta se concentra en la Red de Mercas y cuenta con 366 empresas especializadas en productos del mar, que en 2022 comercializaron 621.699 toneladas de productos pesqueros.

Por subgrupos, estas empresas comercializaron 282.382 toneladas de pescado fresco, 98.156 toneladas de marisco fresco (incluye moluscos y cefalópodos) y 241.161 toneladas de pescado y marisco congelados.

Estas empresas operan en un marco de competencia, transparencia de mercado, seguridad en las relaciones contractuales y formación de precios, para atender a un amplio colectivo de compañías detallistas en todos los formatos: más de 100.000 comercios especializados en toda España (en más de un 70% agrupados en mercados municipales); las cadenas de supermercados regionales y nacionales (que en mayor o menor medida también se abastecen del colectivo de empresas que operan desde la Red de Mercas) y las empresas de hostelería, restauración y consumo institucional.

La mayoría de las empresas están asociadas en distintas organizaciones y asociaciones, cuyo objetivo es la representación y gestión de diferentes servicios necesarios para su actividad.

COMERCIO EXTERIOR PESQUERO

España está entre los diez países que más pescado importa, a pesar de ser también una potencia pesquera. El consumo doméstico y el turismo hacen que la demanda supere ampliamente a la capacidad productiva del sector, por lo que resulta imprescindible acudir a las importaciones. De hecho, dos de los cinco productos agroalimentarios más importados proceden de la pesca: los moluscos y los crustáceos.

En 2022, las importaciones de productos del sector (pesca, acuicultura conservas, harinas y aceites de pescado, harinas, etc.) sumaron algo más de 1,78 millones de toneladas, por un valor de 9.065 millones de euros, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Tanto en volumen como en valor, la partida principal fue la de los moluscos (416.902 toneladas, por un valor de 2.376 millones de euros.). A

COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO FRESCOS EN LA RED DE MERCAS 2022 (PORCENTAJES)

Pescado blanco	33%
Merluza	8%
Pescadilla	3%
Dorada	4%
Lubina	5%
Bacaladilla	3%
Rape	2%
Gallo	2%
Bacalao	1%
Lenguado	1%
Rodaballo	1%
Otros	3%
Pescado azul	31%
Boquerón	8%
Salmón	9%
Sardina	5%
Túnidos	4%
Jurel	1%
P. Espada	1%
Caballa	1%
Otros	2%
Moluscos Bivalbos; Concha	10%
Mejillón	6%
Chirla	2%
Almeja	1%
Otros	1%
Moluscos Cefalópodos	6%
Calamar	2%
Sepia	2%
Otros	2%
Crustáceos	2%
Gamba	1%
Cigala, Langostino, Nécora	1%
Otros	-
Otros Pescados Frescos	10%
Otros Mariscos Frescos	8%

esta partida le siguieron a mucha distancia, el pescado congelado y el pescado fresco refrigerado.

Respecto a las exportaciones, en 2022 llegaron a 1,18 millones de toneladas, por un valor de 5.485 millones de euros. En este caso, la mayor partida en volumen fue para el pescado congelado (377.261 toneladas), mientras que en valor, la primera partida fue la de los moluscos (1.267 millones de euros). Las exportaciones de productos de la pesca, la acuicultura y sus transformados se envían a 145 países de los cinco continentes.

El grueso de las ventas exteriores fue a parar a los países de la Unión Europea, mientras que en el caso de las importaciones, predominan las compras a terceros países como Marruecos o Argentina. ■

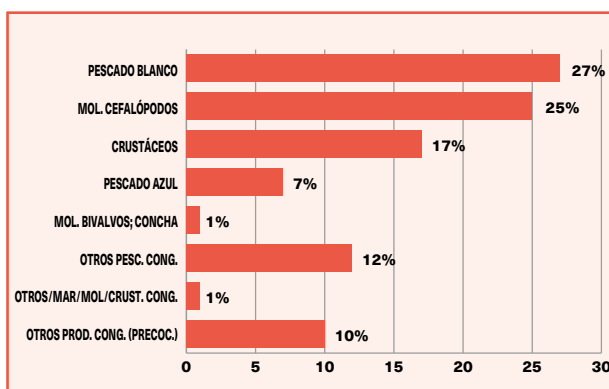
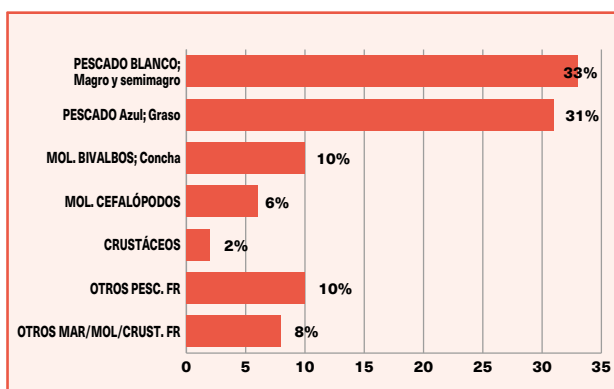
VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO FRESCOS EN LA RED DE MERCAS 2022

MERCAS	TONELADAS	%
MERCALGECIRAS	1.447	0,2
MERCALICANTE	2.932	0,5
MERCASTURIAS	1.838	0,3
MERCABADAJEZ	236	0,0
MERCABARNA	185.252	29,8
MERCABILBAO	21.297	3,4
MERCACORDOBA	5.654	0,9
MERCAGRANADA	14.672	2,4
MERCAIRUÑA	2.398	0,4
MERCAJEREZ	16	-
MERCALASPALMAS	1.986	0,3
MERCALEON	715	0,1
MERCAMADRID	169.445	27,3
MERCAMALAGA	35.069	5,6
MERCAMURCIA	20.228	3,3
MERCAOLID	16.496	2,7
MERCAPALMA	6.445	1,0
MERCASALAMANCA	28	0,0
MERCASEVILLA	39.742	6,4
MERCAVALENCIA	67.265	10,8
MERCAZARAGOZA	28.539	4,6
TOTAL RED	621.699	100,0

Fuente: Mercasa

COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO CONGELADOS EN LA RED DE MERCAS 2022 (PORCENTAJES)

Pescado blanco	27%
Merluza	13%
Pescadilla	4%
Lenguado	3%
Bacalao	3%
Rape	1%
Rosada	2%
Otros	1%
Moluscos Cefalópodos	25%
Calamar	14%
Sepia	8%
Pulpo	2%
Otros	1%
Crustáceos	17%
Langostino	9%
Gamba	6%
Cigala	1%
Otros	1%
Pescado azul	7%
Pez Espada	3%
Tiburón	1%
Túnicos	1%
Salmón	1%
Otros	1%
Moluscos Bivalvos; Concha	1%
Otros Pescados Congelados	12%
Otros Mariscos, Moluscos, Crustáceos congelados	1%
Otros Productos congelados (precocinados)	10%



CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS DE LA PESCA

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 887,4 millones de kilos de productos de la pesca y gastaron 8.861,4 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 19,2 kilos de consumo y 191,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al pescado fresco (8,0 kilos por persona y año), lo que representa un 41,7% del consumo total de productos de la pesca, seguido de las conservas de pescado y molusco (4,0 kilos per cápita y 20,8% de consumo) y de marisco y molusco fresco (2,7 kilos per cápita y 14,0% del consumo total). Por su parte, los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos representan consumos menores, alcanzando

los 2,4 kilos por persona al año (12,5% del consumo total de productos de la pesca), al igual que los pescados congelados, que suponen 2,0 kilos per cápita y el 10,4% del consumo total.

En términos de gasto, el pescado fresco concentra el 39,0%, con un total de 74,7 euros por persona, seguido de las conservas de pescado y molusco, con el 24,6% y un total de 47,2 euros por persona. A continuación, el marisco y molusco fresco, que alcanza el 13,0% del gasto total en productos de la pesca (25,0 euros por persona). Finalmente, los pescados congelados concentran el menor porcentaje de gasto y suponen el 9,4% y 18,1 euros por persona y año.



CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PESCA	887,4	19,2	8.861,4	191,6
PESCADOS	462,1	10,0	4.292,9	92,8
PESCADOS FRESCOS	370,6	8,0	3.457,3	74,7
PESCADOS CONGELADOS	91,5	2,0	835,6	18,1
MERLUZA Y PESCADILLA	91,4	2,0	812,8	17,6
MERLUZA Y PESCADILLA FRESCA	52,6	1,1	510,9	11,0
MERLUZA Y PESCADILLA CONGELADA	38,8	0,8	301,9	6,5
SARDINA Y BOQUERON	49,8	1,1	290,8	6,3

CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
BOQUERONES FRESCOS	29,8	0,6	181,6	3,9
SARDINAS FRESCAS	18,0	0,4	98,4	2,1
ATÚN Y BONITO	18,7	0,4	221,5	4,8
TRUCHA FRESCA	8,6	0,2	68,4	1,5
LENGUADO	7,2	0,2	90,2	1,9
LENGUADO FRESCO	6,0	0,1	75,8	1,6
LENGUADO CONGELADO	1,2	0,0	14,4	0,3
BACALAO	49,2	1,1	467,0	10,1
BACALAO FRESCO	34,1	0,7	291,0	6,3
BACALAO CONGELADO	15,0	0,3	176,0	3,8
CABALLA FRESCA	10,9	0,2	64,3	1,4
SALMÓN	54,6	1,2	703,4	15,2
SALMÓN FRESCO	48,5	1,0	591,8	12,8
SALMÓN CONGELADO	6,1	0,1	111,5	2,4
LUBINA	22,8	0,5	227,1	4,9
DORADA	31,2	0,7	257,9	5,6
RODABALLO	3,2	0,1	42,4	0,9
RAPE	12,6	0,3	158,0	3,4
OTROS PESCADOS	101,8	2,2	889,2	19,2
OTROS PESCADOS FRESCOS	71,5	1,5	657,4	14,2
OTROS PESCADOS CONGELADOS	30,4	0,7	231,8	5,0
MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS	238,1	5,1	2.384,2	51,5
MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS CONGELADOS	83,0	1,8	911,2	19,7
MARISCOS Y MOLUSCOS FRESCOS	125,8	2,7	1.155,2	25,0
MARISCOS Y MOLUSCOS COCIDOS	29,3	0,6	317,7	6,9
ALMEJAS Y BERBERECHO	18,1	0,4	182,2	3,9
ALMEJAS CONGELADO	4,6	0,1	29,9	0,6
BERBERECHOS CONGELADOS	0,1	0,0	1,6	0,0
ALMEJAS Y BERBERECHOS FRESCOS	13,4	0,3	150,7	3,3
MEJILLON	35,3	0,8	140,6	3,0



CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
MEJILLON CONGELADO	1,6	0,0	13,0	0,3
MEJILLON FRESCO	33,7	0,7	127,6	2,8
CALAMARES Y PULPO	43,8	0,9	452,4	9,8
CALAMARES CONGELADOS	15,2	0,3	150,1	3,2
PULPO CONGELADO	1,8	0,0	28,3	0,6
CALAMAR Y PULPO FRESCO	26,8	0,6	274,1	5,9
GAMBAS Y LANGOSTINOS	78,7	1,7	929,8	20,1
GAMBAS Y LANGOSTINO CONGELADO	45,8	1,0	536,2	11,6
GAMBAS Y LANGOSTINO COCIDO	18,5	0,4	202,0	4,4
GAMBAS Y LANGOSTINO FRESCO	14,4	0,3	191,6	4,1
OTROS MARISCOS Y MOLUSCOS	62,2	1,3	679,2	14,7
OTROS MARISCOS CONGELADOS	13,9	0,3	152,2	3,3
OTROS MARISCOS COCIDOS	10,8	0,2	115,7	2,5
OTROS MARISCOS FRESCOS	37,5	0,8	411,3	8,9
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	187,2	4,0	2.184,4	47,2
SARDINAS	9,6	0,2	88,0	1,9
ATÚN	93,2	2,0	873,0	18,9
CHICHARRO Y CABALLA	5,6	0,1	54,9	1,2
MEJILLONES	11,8	0,3	120,4	2,6
BERBERECHOS	2,9	0,1	68,6	1,5
ALMEJAS	1,3	0,0	15,2	0,3
CALAMARES	4,5	0,1	39,2	0,8
PULPO	0,4	0,0	4,0	0,1
ANCHOAS	3,8	0,1	86,9	1,9
SALMÓN AHUMADO	7,2	0,2	220,4	4,8
TRUCHA AHUMADA	0,1	0,0	3,0	0,1
OTROS AHUMADOS	1,6	0,0	32,7	0,7
OTRAS CONSERVAS DE PESCADO	45,2	1,0	578,0	12,5
PESCADO SALADO	8,7	0,2	127,2	2,8
SUSHI	1,4	0,0	35,9	0,8



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

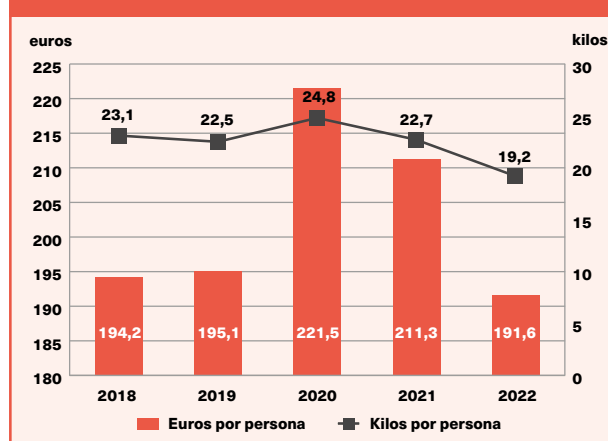
En términos per cápita, el consumo de productos de la pesca durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de productos de la pesca, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos de la pesca es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos de la pesca es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de productos de la pesca, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en municipios con censos por encima de 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de productos de la pesca, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 10.000 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad, los jóvenes independientes, los hogares monoparentales y las parejas jóvenes sin hijos.
- 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 Comunidad Valenciana, Extremadura y Canarias.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

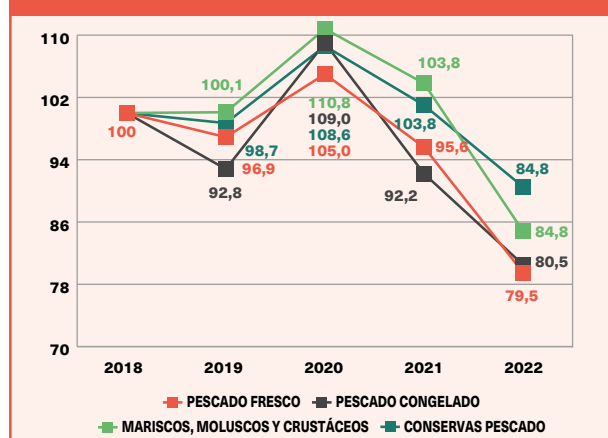
Durante los últimos cinco años, el consumo de productos de la pesca venía descendiendo pero se produce un repunte en el ejercicio 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 que, en menor cuantía, también afecta al año 2021 puesto que los niveles son superiores al periodo anterior a la pandemia. En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado se produce en el año 2020 (24,8 kilos por persona) mientras que el mayor gasto también tiene lugar en el 2020 (221,5 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PESCADO, 2018-2022

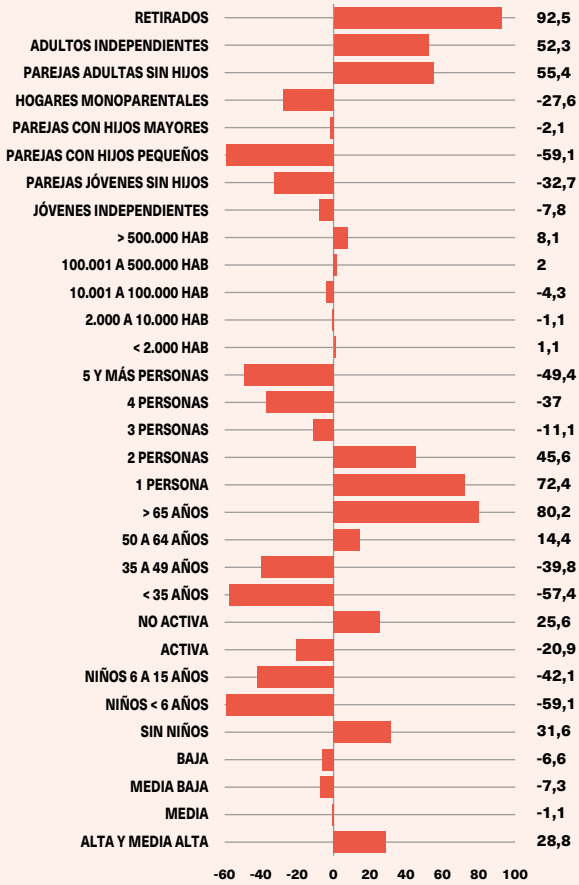


En la familia de productos de la pesca, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido bastante similar para los distintos tipos de producto. Respecto a la demanda de 2017, el consumo de conservas de pescado y los mariscos, moluscos y crustáceos aumentan su demanda mientras que, por el contrario, en pescado fresco y pescado congelado se registran volúmenes inferiores.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PESCA (2018=100), 2018-2022



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

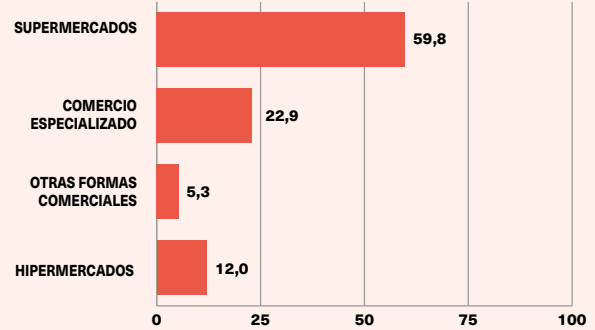


* Media nacional = 19,2 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos de la pesca a los supermercados (59,8% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en este producto una cuota del 22,9%, mientras que el hipermercado concentra el 12,0%. Las otras formas comerciales acaparan el 5,3% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



PESCADO Y MARISCO FRESCO



Los buques pesqueros españoles capturaron durante el último año computado un total de 321.699 toneladas de peso vivo, destinadas al consumo humano, según datos del Ministerio de Agricultura relativos a 2021. El valor estimado de todas estas capturas se acercó a los 935,4 millones de euros. Estas cifras suponen un retroceso interanual en volumen del 5,7%, pero un incremento en valor del 4,3%.

Por partidas, destaca la constituida por los peces, ya que superaron las 292.676 toneladas y los 694 millones de euros. A continuación se situaron los moluscos, con 19.758 toneladas y 112 millones de euros (14 millones por encima de un año antes) y los crustáceos, con unas capturas de 8.521 toneladas, por un valor de casi 121 millones de euros.

Otras capturas de la flota pesquera fueron erizos de mar y otros equinodermos, que alcanzaron en 2021 las 745 toneladas y los 6,3 millones de euros de valor.

El pescado destinado a su consumo en fresco representó el 40,5% de todas las capturas de la flota pesquera, un porcentaje superior al del año anterior.

Dentro de las partidas de pescado vivo destinadas al consumo en fresco, la más importante en volumen es la formada por los arenques, sardinas y anchoas (82.934 toneladas y un valor de 120 millones de euros en 2021). Después de este grupo se sitúan los peces pelágicos diversos y el grupo de bacalao y merluza.

Por su lado, entre los moluscos, el principal grupo es el de los calamares, jibias y pulpos, (con 14.757 tone-

ladas y cerca de 81 millones de euros), seguido por almejas, berberechos y arcas (4.422 toneladas y 28,7 millones de euros).

Finalmente, en el grupo de los crustáceos, la partida más importante es la de gambas y camarones (con 5.285 toneladas y 85 millones de euros), seguida por el grupo de cangrejos y centollas (1.464 toneladas y 9,2 millones de euros).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En los diferentes caladeros faenaban en 2022 un total de 8.657 buques, 75 menos que en el año anterior, según los datos del Ministerio de Agricultura. La mayor parte de estos barcos (8.373) faenaban en caladeros

PRINCIPALES EMPRESAS DE PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nueva Pescanova	1050
Profand, GRUPO (*)	632
Grupo Ibérica de Congelados, S.A (Iberconsa) *	427
WOFCO (Worldwide Fishing Company)	330,5
Fandicosta Grupo (*)	290
Pescapuerta Grupo *	288
Mascato	230
Grupo Pereira	189,3
Interatlantic Fish Grupo	130
Marfrío	101,2

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye la facturación de otras producciones.

nacionales y el resto, en aguas comunitarias y en caladeros internacionales (185).

Por artes de pesca, aproximadamente 6.764 buques se dedican a la pesca de artes menores, fijas y redes de enmalle; 884 se encuadran en el arte de arrastre; 550 son de cerco; 286 de palangre, tanto de superficie como de fondo; 53 atuneros cañeros; 40 de volanta; 21 rasco y 58 de artes fijas.

La región con mayor número de buques registrados es Galicia, seguida muy de lejos por Andalucía.

Aproximadamente el 70% de la primera venta del pescado comercializado en fresco en España lo hace en unas 180 lonjas de pescado, de las que tres cuartas partes están gestionadas por las cofradías de pescadores.

COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial de pescados frescos y refrigerados es claramente negativa para España, como ocurre en prácticamente todos los productos del mar. Las demandas internas son muy superiores a la capacidad productiva del sector y resulta preciso recurrir a unas importaciones masivas. Así, durante 2022, se importaron 242.507 toneladas de pescados frescos y refrigerados, un 5% me-

nos que en el año anterior. Mientras, las exportaciones se situaron en 105.264 toneladas, un 17% más.

El comercio de pescado fresco y refrigerado es esencialmente intraeuropeo, ya que nuestros principales proveedores son Portugal, Holanda y Francia, mientras que los mercados de destino más importantes son también los mismos países prácticamente.

Una excepción a esta regla es el comercio con Marruecos, desde donde llega una importante partida de peces frescos para el mercado español. España también exporta pescado fresco a Argelia, Japón, Estados Unidos o Reino Unido.

En el caso de la partida de filetes y carnes de pescado, independiente a efectos de comercio de la de pescado fresco y refrigerado, se registraron unos resultados negativos en la balanza comercial de 2022. Así, España importó 205.078 toneladas (un 3% más) y exportó 82.411 toneladas.

En cuanto a los peces vivos, se exportaron en 2022 un total de 5.452 toneladas (casi la mitad que un año antes) y se importaron 13.462 toneladas (casi el doble que en 2021). ■

PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS

El sector del pescado y marisco congelado volvió a tener en 2022 un año muy bueno, pues aumentó la producción y las empresas lograron superar el nivel de ventas anterior a la pandemia por su capacidad de adaptación.

La flota pesquera española capturó durante el último ejercicio computado (2021) un total de 473.028 toneladas de pescados, crustáceos y moluscos destinados a ser comercializados como congelados, cuyo valor se acercó a los 830,3 millones de euros, según datos del Ministerio de Agricultura.

La partida más importante de las capturas destinadas a ser congeladas fue la de los peces, con 448.414 toneladas y 724 millones de euros, seguida por la de los moluscos (19.361 t. y 38,8 millones de euros) y la de los crustáceos (5.254 toneladas y 67 millones de euros).

En el grupo de los peces congelados destacaron los atunes, bonitos y agujas, (con 253.070 toneladas y 503 millones de euros), seguidos por bacalaos, merluzas y eglefinos (con 127.397 toneladas y 124 millones de

euros), tiburones, rayas y quimeras, (48.465 toneladas y 51,4 millones de euros).

Entre los moluscos los primeros son los calamares, jibias y pulpos (19.349 toneladas y 38,7 millones de euros). A mucha distancia aparece una partida de moluscos marinos diversos.

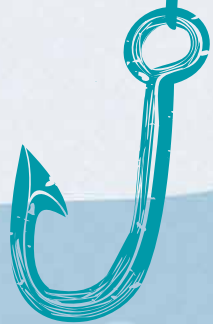
Finalmente, en el grupo de los crustáceos destacaron las gambas y camarones (4.610 toneladas y 62,5 millones de euros), seguidos por cangrejos y centollos.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial se encuentra dominado por los principales grupos pesqueros de nuestro país, quienes también incursionan en otros sectores dentro de los productos congelados.

La Asociación Española de Mayoristas, Importadores, Transformadores y Exportadores de Productos de la Pesca y Acuicultura (CONXEMAR) representa los intereses de una parte de las empresas del sector del pesca-

Déjate **PESCAR** por la **SOSTENIBILIDAD**



Especies pesqueras de
palangre de superficie.

Ricas, sabrosas
y fáciles de cocinar!

TINTORERA



PEZ ESPADA



MARRAJO

do congelado en España. En CONXEMAR están asociadas 230 empresas con una facturación anual de 8.700 millones de euros y más de 176.000 empleos directos.

Por su parte, en la asociación ANFACO-CECOPECA hay también 89 empresas dedicadas al pescado congelado, que facturan unos 4.900 millones de euros anuales.

En 2022, el grupo líder registró una facturación de 1.050 millones de euros, mientras que el segundo se quedó en 632 millones de euros, el tercero rondó los 427 millones de euros y el cuarto se situó en 330 millones de euros.

La merluza congelada fue con diferencia el pescado congelado más demandado en libre servicio durante el año 2022, pero también fueron importantes las ventas de calamares congelados, entre otros productos.

Las marcas de distribuidor (MDD) son muy importantes en este mercado (segmento retail), ya que controlan cerca del 68% de todas las ventas en volumen.

COMERCIO EXTERIOR

Hasta 2022, el comercio exterior de productos pesqueros congelados constituía una excepción dentro del sector pesquero, pues las exportaciones superaban con mucho a las importaciones.

Según los datos de Aduanas, las exportaciones de pescado congelado en 2022 ascendieron a 277.261 toneladas, por un valor de 846,7 millones de euros. Comparando estas cifras con las del año 2021 se observó un descenso del 6,4% en volumen, frente a un aumento del valor del 14,7%.

Por su parte, las importaciones de pescado congelado totalizaron un monto de 297.398 toneladas, unas 33.000 toneladas menos que en el año anterior. El valor de estas compras se acercó a los 786 millones de euros, 107 millones más, según datos del Ministerio de Agricultura.

Dentro de las exportaciones, el grueso correspondió con ventas fuera de la Unión Europea. Los principales clientes extracomunitarios de las exportaciones espa-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONGELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nueva Pescanova S.L.*	1.050
Grupo Profand, S.L.	929
Grupo Virto, S.A.	519
Grupo Ibérica de Congelados, S.A. *	427
Ricardo Fuentes e Hijos, S.A. - Grupo *	377,9
Congelados de Navarra, S.A.	300
Pescapuerta, S.A. - Grupo (*)	290
Distribuidora Mariscos Rodríguez, S.A. (Dimarosa)	250
Mascato, S.A.	245
Congelados y frescos del mar, S.A. - Grupo	223

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

ñolas de pescado congelado fueron Ecuador, Marruecos, Ucrania Seychelles y Mauricio. En cuanto a la UE, España exportó pescado congelado a Portugal, Italia, Rumanía, Francia y Malta, principalmente.

Por especies, las principales exportadas fueron los listados o bonitos de vientre rayado, la merluza, los atunes de aleta amarilla, la caballa, los jureles y las sardinas.

También las importaciones tuvieron un origen predominantemente extracomunitario. Los principales proveedores fueron China, Argentina, Marruecos, Ecuador, Vietnam y Chile.

Por lo que se refiere a los crustáceos congelados, la balanza comercial fue muy negativa, pues las importaciones ascendieron a casi 198.634 toneladas y las exportaciones a 55.214 toneladas, según los datos de Aduanas. El valor de las importaciones superó los 1.535 millones de euros, mientras que el de las exportaciones quedó en 512 millones de euros. Los langostinos y camarones congelados representaron el grueso de las exportaciones, aunque también se comercializaron bogavantes, cigalas y cangrejos.

Finalmente, en el sector de los moluscos se importaron 416.902 toneladas, por un valor se 2.376 millones de euros, al tiempo que se exportaron 243.213 toneladas, por 1.267,5 millones de euros. Dentro de este grupo destacaron las ventas de calamares y mejillones.

CONSERVAS DE PESCADO

El sector industrial de las conservas de pescado y marisco se resintió en 2022 de la subida de los costes de producción y sólo la exportación contrarrestó en parte la caída del mercado interno.

España es el primer productor de conservas de pescado y marisco de la UE y el segundo productor mundial, por detrás de Tailandia. El sector de las conservas es el motor socioeconómico principal en amplias zonas del

litoral y en algunas regiones como Galicia da empleo al 8% del personal ocupado en todo el sector industrial. Además, España es uno de los primeros países exportadores de este tipo de producciones.

Las conservas de pescado y marisco españolas están presentes en 130 países, según los datos de la Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas y Mariscos (ANFACO-CECOPECA).

De acuerdo con esta asociación, durante 2022 la producción española de conservas de pescado y marisco y semiconservas de anchoa llegó hasta 305.403 toneladas, un volumen inferior en un 7,6% al del año anterior. El 85% de esa producción salió de Galicia. En sentido contrario, el valor de estas producciones aumentó un 5,7% hasta alcanzar los 1.745 millones de euros.

Con mucha diferencia, la conserva de atún es la que más se produce (198.134 toneladas en 2022), seguida a muy larga distancia de la conserva de sardina (19.903 toneladas) y la de caballa (12.650 toneladas) según ANFACO-CECOPECA. En 2022 se produjeron descensos en todas las producciones de conserva, excepto en las de atún con vegetales, caballa y almejas.

La producción de semiconserva de anchoa también descendió en volumen (12.253 toneladas, un 5,6% menos) y en valor (108,8 millones de euros, un 2,8% menos).

Galicia es la región que tiene más relevancia en la producción de conservas de pescado y marisco.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el sector empresarial de conservas de pescado conviven dos realidades bastante diferentes. Por una parte, existe una base formada por un número notable de pequeñas y medianas empresas, con cifras de producción bastante reducidas y por otra, hay pocos grandes grupos que acaparan el grueso de las ventas. Las grandes empresas son el 19% del total, pero concentran el 75% de la cifra de negocios y el 70% del empleo.

Del número total de empresas asociadas a ANFACO-CECOPECA, 66 se dedican a las conservas de pescado y mariscos. Estas empresas facturaron más de 3.000 millones de euros. ANFACO-CECOPECA representó en 2022 más del 90% de la producción de conservas de pescados y mariscos, según sus propios cálculos.

La conserva de atún es el principal producto producido y exportado por la industria conservera española y representa al 65% de toda la producción de la Unión Europea.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONSERVAS DE PESCADO Y MARISCO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Jealsa Industria Alimentaria, S.L	814
Luis Calvo Sanz, S.A. - Grupo *	678
Grupo Frinsa del Noroeste, S.A.	610,59
Grupo Conservas Garavilla, S.L. - Grupo *	325
Ignacio González Montes, S.A.	133,74
Grupo Conservas Dani S.A (*)	138
Salica, Industria Alimentaria, S.A.	96
Hijos de Carlos Albo, S.L.U. *	81,4
Francisco Gil Comes S.L.U Grupo*	77,5
Connorsa	75,6

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

La mayoría de estos grandes grupos siguen siendo españoles, aunque ya empiezan a entrar en el sector grupos internacionales.

En 2022, el grupo líder registró una facturación de 814 millones de euros, mientras que el segundo se quedó en 678 millones de euros, el tercero rondó los 610 millones de euros y el cuarto se situó en 325 millones de euros.

La innovación y la modernización de los procesos productivos son las dos estrategias clave para arañar cuotas de ventas en el poco dinámico mercado interno. Durante los últimos años se han registrado en el sector inversiones importantes.

Las marcas de distribuidor (MDD) son muy importantes en este mercado y en 2022 volvieron a ganar cuota. Así, según datos de la consultora Circana, acapararon el 81,6% de todas las ventas en volumen de las conservas de atún, el 71,4% de las de sardinas y sardinillas, el 75,1% de las de calamares y pulpo y el 71,4% de berberechos.

En los últimos años, el mercado interior ha mostrado muy poco dinamismo, lo que ha reforzado todavía más la internacionalización de las principales empresas del sector. En este sentido, más del 60% de la producción de conservas de pescado y marisco de las empresas españolas se destinó a la exportación

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones constituyen una estrategia fundamental para la supervivencia del sector de conservas de pescado españolas, ya que las demandas del mercado nacional son insuficientes para absorber los volúmenes de producción alcanzados.

En 2022, las importaciones de preparados y conservas de pescado ascendieron a 223.002 toneladas, por un valor de 1.128,3 millones de euros. Por su lado, las exportaciones sumaron 160.029 toneladas, por un valor de 966 millones de euros.

Las exportaciones de preparaciones y conservas de pescado y marisco disminuyeron un 1,6% en volumen, pero aumentaron un 10,7% en valor, con respecto a los datos del año anterior, según ANFACO-CECOPECA.

Atendiendo al volumen exportado, la principal partida fue la de los túnidos en conserva que representan más del 62% del total. A continuación, se situaron las conservas de sepias y calamares (12%), las de anchoas, surimi, pulpo, caballa, sardinas y mejillones.

Por su parte, cerca del 90% de las exportaciones de las empresas del ramo fue a parar a Europa y en con-

creto, a la Unión Europea. No obstante, también hubo envíos a otros continentes. Por países los principales destinos fueron Italia (28% del volumen total en 2022), Francia (24%) y Portugal (11,6%). Entre los destinos no comunitarios destacaron Estados Unidos, Reino Unido y Marruecos.

Como ocurre con las exportaciones, la principal partida de las importaciones de conservas es la de los túnidos, con el 25% del total. Les siguieron las conservas de almejas, berberechos, surimi, anchoas, caballa y sardina.

En este caso, los principales proveedores de conservas de pescados, crustáceos y moluscos son países terceros, entre los que destacan (por el volumen importado), Ecuador (25% del total en 2022), Vietnam, Marruecos y Perú. No obstante, dentro de la UE destacaron las compras Países Bajos y Portugal.

ACUICULTURA

El sector empresarial de la acuicultura en España registró en 2022 mejores resultados que en el año anterior, debido precisamente a la recuperación del consumo en hostelería y restauración, si bien siguió muy afectado por las importaciones de productos a bajo precio (doradas y salmón noruego principalmente).

En España, la producción del sector de la acuicultura no para de crecer y de batir sus propios récords. Según los datos de APROMAR (Asociación Empresarial de Acuicultura de España), la producción de acuicultura asciende a un total de 327.309 toneladas, por un valor de 629 millones de euros (los datos son de 2021). Comparados con el año precedente, se produjo un aumento significativo tanto en valor, como en volumen.

De la producción total, 255.303 toneladas eran mejillones; 23.924 toneladas lubina; 15.357 toneladas trucha arcoíris y 9.632 dorada, un 46% más que en el año anterior. Para 2022, las previsiones apuntaban a que se superarían las 11.000 toneladas de dorada de acuicultura y que se llegaría a 25.576 toneladas de lubina.

Otras producciones acuícolas marinas de España son el rodaballo (7.629 toneladas en 2021), la corvina (6.167 toneladas), el lenguado, la anguila o el langostino. Asimismo, hay producción en acuicultura de atún rojo, almeja japonesa, mejillones, berberechos y en acuicultura continental domina la trucha.

Dentro del sector, también hay producción ecológica. Anualmente se producen cerca 7.500 toneladas entre

peces, moluscos y plantas acuáticas. Casi la mitad de esta producción correspondió a los mejillones.

Las producciones acuícolas son la causa principal que ha contribuido al enorme aumento de las producciones pesqueras mundiales durante los últimos años.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En acuicultura existen cinco tipos de establecimientos productivos: viveros en el mar (bolsas de red en las que se crían peces como la dorada o la lubina); bateas en el mar (plataformas de las que penden las cuerdas de cultivo, que se usan para el mejillón); establecimiento en zona de playa (el cultivo se realiza con una mínima intervención física sobre el medio y se usan para almejas y ostras principalmente); en tierra firme en la costa, con agua salada (usados para la cría de lenguado o rodaballo) y finalmente, en tierra firme con agua dulce (truchas o esturiones).

Los últimos datos disponibles cifran en 5.262 los establecimientos de acuicultura y de esta cifra, 4.980 lo eran de moluscos, 168 granjas de acuicultura continental en agua dulce, 72 establecimientos en costa, playas, zonas inter-mareales y esteros, y 42 en viveros en el mar para el cultivo de peces.

El sector acuícola está controlado por grandes grupos pesqueros, ya que se trata de una producción que precisa fuertes inversiones para alcanzar su rentabilidad. Una excepción notable la constituye la producción de mejillón, concentrada de forma muy significa-

tiva en Galicia. Existen 3.330 parques productores de mejillón en esa comunidad autónoma, formados por muchas pequeñas y medianas explotaciones.

Además, el sector de la acuicultura también está representado en la producción ecológica con varias empresas registradas.

AHUMADOS

Tras haberse estabilizado en los años de la pandemia, en 2022 se produjo una caída de la producción de pescados ahumados, en consonancia con un menor consumo. Según la Encuesta de Productos que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción de ahumados de pescado superó las 14.752 toneladas (300 menos que un año antes), por un valor de 328.392 millones de euros (muy por encima del valor de 2021).

El grueso de esta producción fueron los ahumados de salmón, que alcanzaron un volumen cercano a 13.534 toneladas (por debajo de los niveles del año precedente), por un valor de más de 301,3 millones de euros. De acuerdo con el INE, los ahumados de salmón representaron el 92% en volumen y el 91% en valor de toda la producción nacional de ahumados.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DEL PESCADO AHUMADO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Angulas Aguinaga (*)	285
UBAGO Group Mare S.L *	202,6
La Balinesa	33,61
Vensy España, S.A	36,6
Ahumados Canarios, S.A (*)	35
Ahumados Domínguez, S.A (*)	29
Ahumados Gimar, S.L	27,9
Xantelmar, S,L (*)	21
Ahumados El Duende, S.L	9,5
Salmonsur, S.A	8,12

FUENTE: ALIMARKET. Año 20221. *Incluye la facturación de otras producciones.

Además del salmón ahumado, la industria produjo 32 toneladas de ahumados de arenques (volumen similar

SERPESKA[®]
Para servirle

COMPROMISO Y RESPETO
POR EL PRODUCTO

*La satisfacción de nuestros clientes,
nuestra mayor motivación.*



CALIDAD GARANTIZADA
Tanto en productos como en procesos




SERVICIO PERSONALIZADO
Ajustado a las necesidades del cliente

Mercamadrid, puesto 99

Madrid 28050
(+34) 91 785 11 00

Avda. de Andalucía 85

Madrid 28021
(+34) 91 795 22 11

 (+34) 91 795 22 11

 gm@grupomozos.com

WWW.SERPESKA.COM

al de un año antes), por un valor de 370.000 euros, así como también 86 toneladas de ahumados de trucha (mucho menos que un año antes), por un valor de 2,1 millones de euros.

El resto de la producción (1.100 toneladas en 2022,) fueron otros ahumados, cuyo valor descendió hasta los 24 millones de euros, según datos del INE. Esta partida fue la única que creció tanto en volumen como en valor. En este grupo de otros ahumados están incluidos los ahumados de bacalao, atún, sardina, marlín o pez espada, que son las nuevas propuestas de este tradicional sector.

Además de ampliar la gama de productos de la pesca ahumados, el sector industrial también está interesado en desestacionalizar el consumo.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado español de pescados ahumados se encuentra en manos de unas pocas empresas. En unos casos, son operadores especializados sólo en este sector, pero en otros son filiales de grandes grupos internacionales del sector ahumados, o son parte de un grupo que tiene su negocio en sectores como el de las conservas o el pescado congelado.

Así, por ejemplo, en la agrupación ANFACO CECOPESCA hay un total de 11 empresas dedicadas al pescado ahumado, con una facturación cercana a los 480 millones de euros. El grupo líder del sector registró en 2022 unas ventas de casi 285 millones de euros en conjunto, pues además de ahumados también tiene otras producciones. Lo mismo ocurre con la segunda empresa del ranking, que

PESCADOS EN SALAZÓN

La producción de pescado en salazón está muy ligada al consumo de bacalao, aunque hay otros pescados que también se salan.

De acuerdo con los datos de la Encuesta Industrial de Productos, que elabora el INE, en 2022 la producción de pescado en salazón y desecado ascendió a 14.332 toneladas, un 4,7% menos que en el año anterior. De este volumen, la mayor partida fue la de bacalao (7.525 toneladas), seguido de anchoas (3.533 toneladas), el bonito y el atún (1.430 toneladas) y sardinas (864 toneladas).

También hubo una producción de otros salazones, que sumaron 980 toneladas. El valor alcanzado por todas estas producciones en salazón, según el INE, se elevó a 134,8 millones de euros, unos 5 millones más que en el año precedente.

facturó unos 202 millones de euros, mientras que la tercera operadora sí centra su actividad totalmente en este sector y facturó ese año 34 millones de euros.

Otros siete operadores de este mercado registran cifras de ventas entre los 30 y los 8 millones de euros anuales. Se estima que la empresa líder del sector, con sus propias referencias o con las marcas de distribuidor (MDD), controla más del 50% de todas las ventas del mercado de pescados ahumados.

El grueso de las ventas de ahumados en España se realizaron en libre servicio y del total vendido, casi el 90% fue salmón ahumado. El otro 10% de la cuota fue para el bacalao ahumado, la trucha, la palometa y los surtidos de ahumados.

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de pescados ahumados arroja un saldo muy desfavorable para nuestro país, a pesar de que en los últimos años se han aumentado las ventas al exterior. El salmón es uno de los productos que más se comercializa ahumado. Toda la materia prima que se necesita para elaborar los ahumados de salmón se importa y el principal proveedor de este salmón es Suecia, con una cuota que supera el 50% del total. A continuación se sitúan Noruega (21%) y Dinamarca (13%).

En cuanto al destino de las exportaciones de ahumados, destaca Italia en primer lugar (en volumen exportado) con una cuota de casi el 63%. Le siguen Portugal, Francia, Andorra y Dinamarca, aunque también hay exportaciones a países fuera de Europa como República Dominicana.

En cuanto al comercio exterior, el sector tiene un saldo positivo pues las exportaciones en volumen son mayores que las importaciones. De media, se importan unas 13.000 toneladas, principalmente bacalao y salmón, y se exportan unas 4.000 toneladas.

Además de bacalao, también se comercializan (importan y exportan) partidas de anchoas, tilapias y arenques en sal o salazón.

En la agrupación ANFACO-CECOPESCA había en 2022 un total de 25 empresas dedicadas al sector del bacalao y salazones, que facturaron 530 millones de euros. ■

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA

ANDALUCÍA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

CABALLA DE ANDALUCÍA *

MELVA DE ANDALUCÍA *

CATALUÑA

MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA

PESCADO AZUL

GALICIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

MEXILLÓN DE GALICIA * (MEJILLÓN DE GALICIA)

LA RIOJA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

EMBUTIDOS DE PRODUCTOS DE LA PESCA
Y SEMICONSERVAS DE ANCHOAS EN SALAZÓN O EN ACEITE

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

HEGALUZZEA (BONITO DEL NORTE Y ATÚN ROJO)

MARCA DE GARANTÍA

CONSERVAS
ANCHOA DEL CANTÁBRICO DEL PAÍS VASCO
BONITO DEL CANTÁBRICO DEL PAÍS VASCO

* Inscrita en el Registro de la UE

Melva de Andalucía

Caballa de Andalucía

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La protección se refiere a las conservas de las especies *Scomber japonicus* para la caballa y *Auxis rochei* y *A. thazard* para la melva. Las materias primas empleadas han tenido que ser capturadas en los caladeros del Mediterráneo y de las costas orientales del Atlántico, al sur del paralelo 44.

CARACTERÍSTICAS: Una de las características más importantes es el pelado del pescado, que se realiza de forma manual siguiendo los usos tradicionales de la zona. Está totalmente prohibido el empleo de productos químicos y el líquido de cobertura sólo puede ser aceite de oliva o girasol.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la IGP figuran inscritas 4 empresas de las provincias de Cádiz, Huelva, Málaga y Almería, que comercializan 2 millones de kilos de caballa y 700.000 kilos de melva de media anual.

Mexillón de Galicia

(Mejillón de Galicia)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Se cultiva en las rías gallegas de Ares-Sada, Muros-Noia, Arousa, Pontevedra y Vigo mediante el sistema de batea.

CARACTERÍSTICAS: Es un producto natural y sostenible pues en su cultivo no se incorpora ningún aporte ajeno al medio y genera beneficios ecosistémicos. Es un alimento sano y saludable con un elevado valor nutricional pues es altamente proteico, contiene Omega 3 y es fuente natural de vitaminas y de sales minerales. Está garantizado bajo estrictos controles higiénicos-sanitarios y certificado su origen y su calidad superior a través de rigurosos requisitos exigidos por la DOP.

DATOS BÁSICOS: En la DOP están certificadas más de 2.000 bateas y más de 100 marcas que representan más de 400 referencias de Mexillón de Galicia en el mercado, en formatos fresco, conserva, cocido, congelado, pasteurizado y productos de 4ª y 5ª gama. La DOP está en continuo crecimiento. Los números de 2018 son los más altos de su historia y kilos y marcas certificadas permiten cubrir las mayores exigencias del consumidor.

ACEITE DE OLIVA



España ocupa el primer lugar mundial en superficie y producción de aceite de oliva, aunque en los últimos años ha aumentado la producción de otros países. El cultivo del olivar tiene en España un marcado carácter social. Se estima que unos 330.000 agricultores se dedican al cultivo del olivar y que este cultivo genera unos 45 millones de jornadas cada campaña.

En 2022, la superficie de olivar censado por el Ministerio de Agricultura se elevó a 2,63 millones de hectáreas, de las que 2,54 millones estaban realmente en producción. De esa superficie productiva, 1,98 millones de hectáreas eran tierras de secano y el resto de regadío. Asimismo, de la superficie total (en producción o no), el grueso (2,48 millones de hectáreas) eran olivares destinados a la producción de aceite y el resto (154.643 hectáreas), a la de aceituna de mesa.

Están registradas en España cerca de 260 variedades de aceituna, de las cuales solamente la gordal no se

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITE DE OLIVA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2020/2021	2021/2022	2022/2023
ANDALUCÍA	1.110,4	1.152,4	510,72
ARAGÓN	12,4	19,4	6
BALEARES	0,7	0,69	0,56
COMUNIDAD VALENCIANA	27,1	22,4	8,8
CASTILLA-LA MANCHA	131,9	127,4	66,3
CASTILLA Y LEÓN	0,9	1,6	0,6
CATALUÑA	31,4	39	15
EXTREMADURA	44,6	104,2	36,2
LA RIOJA	2,6	2	2,2
MADRID	5,4	3	2
MURCIA	11,4	10,3	7,8
NAVARRA	6,3	5,7	5
OTRAS CCAA	5	5	0,4
ESPAÑA	1.390,0	1.493	661,6

Fuente: MAPA

considera apta para el aderezo porque su elevado contenido en agua determina bajos rendimientos en aceite.

Cada una de estas variedades de aceituna produce un aceite distinto. Así, existen en el mercado aceites de aceituna picual, hojiblanca, lechín, manzanilla, verdial, cornicabra, empeltre, arbequina, etc.

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.

En mayor o menor medida, la producción del aceituna está distribuida por 35 de las 50 provincias españolas, si bien es en Andalucía donde se concentra el grueso de la producción.

Extremadura, con el 12% del olivar aproximadamente, ocupa la segunda posición en superficie de olivar y en las últimas décadas el olivar se ha ido extendiendo a zonas donde el cultivo del olivar es menos habitual como puede ser Castilla y León o incluso Galicia.

PRODUCCIÓN DE ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA

De acuerdo con los datos del Ministerio de Agricultura, el valor generado por la producción de aceite de oliva representó en 2022, a efectos de calcular la renta agraria nacional, el 5,7% de la Producción Agraria final y el 9,9% de la Producción Vegetal, porcentajes en ambos casos muy superiores a los del ejercicio precedente, por segundo año consecutivo.

La producción de aceite de oliva 2022 a efectos de calcular la renta agraria anual tuvo una evolución muy positiva, al igual que sucedió en el año anterior. Estos datos del Ministerio de Agricultura no se corresponden con la evolución de la campaña 2022/2023, sino con la anterior 2021/2022.

En este sentido, en cantidad la producción de aceite de oliva se incrementó a efectos de calcular la renta un 6,4%, mientras que los precios subieron de media un 28% (en el año anterior, los porcentajes de crecimiento fueron notablemente más altos). El valor generado por el sector del aceite de oliva se incrementó significativamente (un 36,2%) y se situó en 3.577 millones de euros.

Con respecto a la producción de aceite, en la campaña 2021/2022 alcanzó un volumen cercano a 1,49 millones de toneladas, un 7% más que en la anterior cam-

PRODUCCIÓN DE ACEITE Y DE ACEITUNA EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2020/2021	2021/2022	2022/2023
ACEITE DE OLIVA	1.390,0	1.493	663
ACEITUNA DE ADEREZO	546	652,1	415

Fuente: MAPA

PRODUCCIÓN DE ACEITUNA DE ADEREZO EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2020/2021	2021/2022	2022/2023
MUNDO	2.838	2885,5	3099,5
UE	881	927,5	859,5
ESPAÑA	546	652,1	417,5

Fuentes: COI y MAPA

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITUNA DE ADEREZO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2020/2021	2021/2022	2022/2023
ANDALUCÍA	459,2	458,2	350
EXTREMADURA	80,2	201,7	67
OTRAS CCAA	6,6	6	0,5
TOTAL ESPAÑA	546	652,1	417,5

Fuente: MAPA

PRODUCCIÓN DE ACEITE DE OLIVA EN EL MUNDO, LA UE Y ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2020/2021	2021/2022	2022/2023
MUNDO	3.010	3.398	2.729,5
UE	2.052,8	2.271,7	1.378,7
ESPAÑA	1.390,0	1.493	663

Fuentes: COI, Comisión Europea y MAPA

paña. Por el contrario, la producción en la campaña 2022/2023 se redujo significativamente y alcanzó un volumen de 661.600 toneladas, menos de la mitad que en la campaña anterior.

Andalucía volvió a recuperar posiciones en el ranking de regiones productoras de aceite de oliva, alcanzando en la campaña 2021/2022 el 77% del total. A continuación se situó Castilla-La Mancha (8,5%), Extremadura (7%) y Cataluña (2,6%). Por su lado, en la reducida campaña 2022/2023, Andalucía produjo el 77,2% y Castilla-La Mancha, el 10% del total.

ACEITE DE OLIVA EN LA UNIÓN EUROPEA

Aunque varios países de la Unión Europea son grandes productores, la importancia económica del sector del aceite de oliva en la renta agraria comunitaria es mucho menor que en España. Según las estimaciones de la Comisión Europea publicadas a efectos

de calcular la renta agraria comunitaria, el aceite de oliva representaba en 2022 cerca del 1,2% de la Producción Agraria final, con un valor cercano a los 6.528 millones de euros, un 23% más que en el año anterior.

La producción de aceite en la UE en la campaña 2021/2022 ascendió a algo más de 2,27 millones de toneladas, un 11% más que en la campaña anterior. La subida de la producción comunitaria en esa campaña fue consecuencia principalmente de los buenos resultados en España. Por su lado, en la campaña 2022/2023, la producción de aceite de oliva descendió hasta los 1,36 millones de toneladas, también debido a la fuerte caída de la producción española.

Además de España, que ocupa el primer lugar en producción con mucha diferencia respecto al resto, los otros países productores de aceite de oliva de la UE son Italia, Grecia, Portugal, Francia, Chipre, Malta, Croacia y Eslovenia.

En este sentido, Italia registró en la campaña 2021/2022 una producción de 329.000 toneladas, un 20% más que en la anterior campaña, Portugal obtuvo 206.200 toneladas (un 25% más) y Grecia quedó con una producción de 232.000 toneladas. En la campaña 2022/2023, la producción de Italia fue de 235.000 toneladas, mientras que la de Grecia quedó en 350.000 toneladas.

Por su parte, el consumo de la UE durante la campaña 2021/2022 aumentó hasta los 1,55 millones de toneladas, mientras que en la campaña 2022/2023 se reducirá hasta las 1,41 millones de toneladas, según el Consejo Oleícola Internacional (COI). Los países que más aceite de oliva consumen son España e Italia. También otros países productores como Grecia, Francia o Portugal, son grandes consumidores y entre los países comunitarios no productores, destaca por su consumo Alemania.

COMERCIO EXTERIOR DE ACEITE DE OLIVA ESPAÑOL

Los aceites de oliva se sitúan habitualmente entre los cinco productos agroalimentarios españoles más exportados y representan el 80% de las exportaciones y el 16% de las importaciones de todo el grupo de aceites.

El aceite de oliva español se vende principalmente a la Unión Europea, destacando Italia como principal destino de estas ventas. Aunque la diferencia se va acortando de año en año, todavía es bajo el porcentaje de

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LOS ACEITES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
DCOOP*	1.236,7
Miguel Gallego, S.A. (Migasa) – Grupo *	950
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur) - Grupo *	900
Deoleo, S.A. Grupo (*)	827,5
Sovena España, S.A.*	805
Aceites Abril, S.L.	500
Grupo Borges*	480
COOP.Jaencoop	290
Urzante, S.L.	275,0
F.FAIGES. S.L-	320

FUENTE: ALIMARKET. AÑO 2022. (*) Incluye la facturación de otras producciones.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITUNA DE ALMAZARA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2020/2021	2021/2022	2022/2023
ANDALUCÍA	6.098,5	5.769,1	2.807,7
ARAGÓN	65	71,26	27,4
CASTILLA-LA MANCHA	659,96	588,6	340
CATALUÑA	164,3	176,18	73,6
COMUNIDAD VALENCIANA	128,7	118,95	44,2
EXTREMADURA	314,147	683,06	245,1
OTRAS CCAA	145	122,1	106,7
TOTAL ESPAÑA	7.576	7.529,3	3.644,7

Fuente: MAPA

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE ACEITE DE OLIVA (Miles de toneladas)

CAMPAÑA	2020	2021	2022
EXPORTACIONES			
ACEITE DE OLIVA	1132,1	1075,7	1047,7
IMPORTACIONES			
ACEITE DE OLIVA	250,6	191,2	213,2

Fuente: DATACOMEX Datos anuales (la campaña va del 1 de octubre al 30 de septiembre)

aceites envasados en pequeños recipientes (menores de 5 litros) que se envían al exterior.

En España, la exportación de aceite de oliva durante la campaña 2021/2022 (no es el año natural) fue de 1.080.107 toneladas, según Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA). Asimismo, las importaciones de aceite en dicha campaña subieron hasta 212.815 toneladas. El grueso de las ventas y de las compras fueron los países de la UE.

Asimismo, en la campaña 2022/2023, las exportaciones (datos de octubre 2022 a mayo 2023) acumulaban 397.000 toneladas y las importaciones 129.100 toneladas, según AICA.

Por otra parte, en el año natural 2022 (no en la campaña oleícola), España exportó 1.047.700 toneladas, un volumen inferior en un 3% al del año anterior, según los datos del Ministerio de Comercio. Asimismo, ese año también se importaron 113.200 toneladas (un 12% más que las compras del año 2021).

El valor de las exportaciones fue de 4.024 millones de euros (muy por encima del alcanzado un año antes), mientras que el de las compras quedó en 706 millones de euros.

COMERCIO COMUNITARIO

En cuanto al comercio, a pesar de ser la mayor productora del mundo, la UE importa también aceite de oliva de países terceros. En la campaña 2021/2022 se compraron en países terceros un total de 150.500 toneladas de aceite, un volumen muy inferior al de la campaña anterior. Igualmente, exportó a países no comunitarios 818.500 toneladas, un volumen superior al de la campaña anterior, según datos del COI.

Por su lado, en la campaña 2022/2023 las importaciones previstas por el COI alcanzan las 200.000 toneladas. Por países, el que más aceite importa es Italia. Asimismo, las exportaciones previstas para esa campaña rondaban las 588.500 toneladas.

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE ACEITE DE OLIVA

De acuerdo con los datos publicados por el Consejo Oleícola Internacional (COI), en el mundo hay unos 10 millones de hectáreas dedicadas al cultivo del olivar.

La Unión Europea, con España a la cabeza, es la primera productora de aceite de oliva del mundo, con mucha diferencia respecto al resto de países. No obstante, la producción de países terceros ha ido creciendo en los últimos años y ya representa más del 31% 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.

Las campañas de aceite de oliva se computan comercialmente desde el 1 de noviembre, hasta el 31 de octubre del año siguiente, pero la producción de aceituna se ha ido formando en el árbol a lo largo del primer año mencionado.

Según los datos que maneja el COI, la producción mundial de aceite de oliva en la campaña 2021/2022

descendió a casi 3,4 millones de toneladas lo que supuso un incremento de casi un 13% sobre la producción de la campaña precedente.

Por su lado, la producción de la campaña 2022/2023 se situó en casi 2,73 millones de toneladas, un 20% menos que en la anterior. En el aumento de esta campaña tuvo mucho que ver la negativa evolución de la producción en la Unión Europea.

CONSUMO Y COMERCIO MUNDIAL

Por su lado, el consumo mundial de aceite en la campaña 2021/2022 aumentó, rompiendo así la tendencia descendente de la campaña anterior. De acuerdo con los datos del Consejo Oleícola Internacional, se consumieron en el mundo 3,24 millones de toneladas, frente a los 3,17 millones de la campaña precedente. Por su lado, en la campaña 2022/2023, se consumirán unos 3 millones de toneladas, de las cuales 1,4 millones corresponderán al consumo en los países de la Unión Europea.

Por detrás de la UE se sitúa en consumo Estados Unidos (el COI prevé que supere las 381.000 toneladas) y Turquía (145.000 toneladas). También destacan por su consumo países como Marruecos, Brasil, Siria, Albania, Argelia, Canadá y China, entre otros.

Respecto al comercio, la exportación media mundial en la campaña 2021/2022, sin incluir los envíos intracomunitarios, alcanzó 1,2 millones de toneladas, un volumen superior al de la campaña anterior, de acuerdo con los datos del COI. Por su lado, en la campaña 2022/23 el mismo organismo estima que se incrementaran las ventas exteriores mundiales hasta superar el millón de toneladas.

De las exportaciones totales en la campaña 2021/2022, el grueso correspondió a las ventas desde la Unión Europea a países terceros. Muy por detrás de la UE se situaron Túnez, con 205.000 toneladas y a mucha más distancia, países como Marruecos, Turquía, o Argentina.

En cuanto a las importaciones mundiales, en la campaña 2021/22 se produjeron compras por un volumen de 1,14 millones de toneladas (por debajo del nivel de la campaña precedente) y en la campaña 2022/23 se estima que las compras mundiales volverán a subir hasta los 1,06 millones de toneladas. Estados Unidos es el país del mundo que más aceite de oliva importa cada campaña (cerca de 400.000 toneladas). ■

ACEITE DE OLIVA

El sector del aceite de oliva es uno de los más dinámicos de la industria agroalimentaria española.

Según los datos de la organización interprofesional del Aceite de Oliva Español, la estructura del sector del aceite de oliva está formada por 400.000 olivicultores, 1.755 almazaras, 1.500 envasadoras y 22 refinerías.

La base productiva del sector la conforman unas 2,5 millones de hectáreas del olivar, con 340 millones de olivos, lo que representa el 25% de la superficie mundial de olivar, que es asimismo la mayor superficie de olivar del planeta.

Andalucía es la región que cuenta con una mayor superficie de olivar, seguida de Castilla la Mancha, Extremadura, y Cataluña.

En España se cultiva hasta 200 variedades de aceitunas y cada una de ellas aporta sabores y aromas únicos. Estas aceitunas dan lugar a distintas variedades de aceite de oliva.

Hoy en día es muy común poder encontrar en el mercado aceites de oliva virgen extra con la indicación de la variedad de la que proceden. A los aceites elaborados con una única variedad de aceituna se les denominan “mono varietales” y si tiene más de una, “coupages”.

En el caso de los “coupages”, con la mezcla de dos o más variedades se trata de obtener un aroma y sabor único, que se beneficie de los matices que le aporta cada tipo de aceituna.

PRINCIPALES COMERCIALIZADORES DE ACEITE DE OLIVA ENVASADO EN EL MERCADO NACIONAL

EMPRESA	Miles de Litros
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur)	60.400
Grupo Ybarra-Migasa	51.100
Urzante, S.L.	45.000
Deoleo, S.A. - Grupo	40.164
Mercaóleo, S.L.	34.745
Sovena España, S.A	21.248
Aceites Abril S.L	21.127
Coop. Oleoestepa	21.100
Coop JaenCoop	19.479
F. Faiges, S.L.	17.200

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022

En el año 2022, consolidaron su cuota las marcas de distribuidor (MDD) y las exportaciones disminuyeron después de haber alcanzado cifras récord en la campaña anterior. El consumo nacional se incrementó gracias a la recuperación del turismo y a las compras del canal HORECA.

Los grandes grupos empresariales crecieron y en el sector de las cooperativas, se hicieron avances en la cadena de valor con la entrada de algunas de estas entidades en las grandes distribuidoras. Todo el sector avanzó en la trazabilidad y en mejorar la sostenibilidad.

ELABORACIÓN DEL ACEITE

El proceso de la elaboración del aceite de oliva comienza cuando se recoge la aceituna, bien por el método tradicional (sacudiendo el fruto del olivo y evitando que caiga en el suelo) o bien por el mecanizado (con tractores que hacen vibrar las ramas o todo el árbol para desprender el fruto).

Una vez recogidas, las aceitunas se transportan a la almazara, que es la industria alimentaria donde se elabora el aceite, y allí se limpian para eliminar cualquier tipo de suciedad.

Para obtener el aceite de oliva, en primer lugar se muele la aceituna para conseguir una pasta, que se envía a una máquina batidora que la homogeneiza, para facilitar la agrupación del aceite.

Cuando la temperatura de batido se mantiene por debajo de 27º, se habla de producción “en frío” y así se puede indicar en las etiquetas de los aceites de oliva virgen o virgen extra.

El sistema más utilizado en las almazaras para la extracción del aceite es el conocido como continuo. Una máquina llamada “decanter” separa por centrifugación el aceite, del agua de vegetación y de los residuos sólidos presente en la pasta (pulpa y hueso). El aceite resultante se envía a una centrifugadora vertical, donde se eliminan las partículas en suspensión.

El aceite de oliva virgen obtenido se almacena en depósitos hasta su envasado. Esos depósitos se tienen que mantener a una temperatura constante de entre 15°C y 18°C, protegidos de la luz para que sus cualidades se mantengan óptimas.

Lo más habitual es filtrar el aceite de oliva antes del envasado para eliminar la humedad y la materia orgánica en suspensión. No obstante, se puede envasar el aceite de oliva virgen sin filtrar (lo que se conoce como aceite “en rama”).

A la hora de envasar, se pueden usar distintos recipientes (cristal, plástico, metal, etc.), pero para mantener todas las propiedades de los aceites de oliva es muy importante protegerlos del calor, de la luz solar directa y del aire.

El aceite de oliva es el más consumido por los españoles y en 2022 alcanzó los 4 litros per cápita, según los datos del panel de consumo en los hogares que publica el Ministerio de Agricultura. El consumo en los hogares en 2022 resultó muy inferior al del año anterior.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Como en años anteriores, las principales comercializadoras de aceite de oliva en España aumentaron sus ventas en volumen durante 2022. La principal empresa comercializadora superó los 60 millones de litros vendidos, mientras que la segunda comercializó casi 51.000 millones de litros.

En los últimos ejercicios ha aumentado la penetración de capital internacional entre los grandes operadores del sector. La mayor parte de esos grandes operadores basan sus estrategias de sostenibilidad en el comercio exterior.

Los aceites de marcas de distribución (MDD) tienen un gran peso en el mercado y en 2022 ganaron posiciones con respecto al año anterior, en el que por otro lado las habían perdido.

Según datos de la consultora Circana, de las ventas totales de aceite de oliva en libre servicio (hipermercados y supermercados de más de 100 m²), correspondió a las MDD el 59,2% en volumen y el 56,3% en valor, porcentajes en ambos casos notablemente superiores a los del año precedente.

Por su lado, las grandes marcas perdieron peso, tanto en volumen como en valor, en su cuota de mercado en libre servicio, según datos de Circana.

En porcentaje, el primer grupo marquista representó en 2022 el 12% del volumen de aceite envasado vendido en libre servicio y el 14,3% del valor total de las ventas; el segundo grupo llegó hasta el 8,7% y el 8,9% en valor, mientras que el tercero se situó en el 5,3% y el 4,9% respectivamente. El segundo y tercer grupo em-

presarial ganaron algo de cuota de mercado con respecto al año anterior, según las mismas fuentes.

En cuanto a facturaciones, el primer grupo comercializador de aceite superó los 950 millones de euros en 2022, mientras que el segundo grupo llegó a los 900 millones. En el tercero y cuarto puesto se situaron dos grupos con facturaciones entre 827 y 805 millones de euros. En este sector es importante el peso del cooperativismo. El principal grupo cooperativo obtuvo una cifra de negocio superior a los 1.000 millones, si bien en ella está incluida también la facturación de otras líneas de negocio importantes, como es el caso de la aceituna de mesa.

COMERCIO EXTERIOR

Los aceites de oliva son el tercer producto agroalimentario más exportado por España. En el año 2022, se produjo una caída de las ventas después de haber alcanzado cifras históricas un año antes.

Los aceites de oliva españoles se venden en más de 180 países de los 5 continentes y aunque su destino principal es la Unión Europea, lo cierto es que en cada campaña el mercado exterior se va abriendo más a las exportaciones hacia países terceros.

Según ASOLIVA (Asociación Española de la Industria y el Comercio Exportador de Aceites de Oliva y Aceites de Orujo) los principales mercados del aceite español varían de año en año, según se exporte a granel (exportaciones dirigidas fundamentalmente a países de la Unión Europea) o en envases inferiores a 5 litros, que se comercializan directamente a consumidores, tiendas, restaurantes, etc.

Italia es el principal destino del aceite de oliva español a granel y todavía sigue representando una cuota de mercado importante. Después de Italia, los principales compradores de aceite de oliva a granel son Estados Unidos, Portugal, Reino Unido y Japón.

Por su lado, el aceite de oliva español envasado se exporta principalmente a EE.UU., Francia y Portugal.

ASOLIVA está formada por cerca de 50 empresas exportadoras de aceite de oliva de varias provincias españolas, principalmente de Andalucía y Cataluña, cuyas ventas representan más del 95% del total exportación nacional de aceite envasado y entre el 50-75% de la exportación a granel, según campañas. La actividad de ASOLIVA se centra en defender los intereses de sus asociados, pero no lleva a cabo operaciones comerciales de ningún tipo. ■

CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE OLIVA

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 325,7 millones de litros de aceite de oliva y gastaron 1.432,9 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 7,3 litros de consumo y 31,0 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al aceite de oliva virgen (3,7 litros por persona y año), seguido del aceite de oliva no virgen (3,6 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de oliva virgen concentra el 54,5%, con un total de 16,9 euros por persona, mientras que el aceite de oliva no virgen supone el 45,5% restante con un total de 14,1 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE OLIVA DE LOS HOGARES, 2022

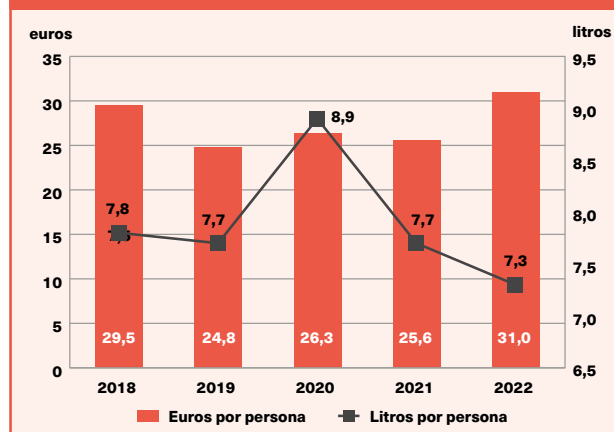
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL ACEITE DE OLIVA	335,7	7,3	1.432,9	31,0
OLIVA VIRGEN	169,1	3,7	782,0	16,9
OLIVA VIRGEN EXTRA	138,1	3,0	650,5	14,1
RESTO ACEITE OLIVA	166,7	3,6	650,8	14,1

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

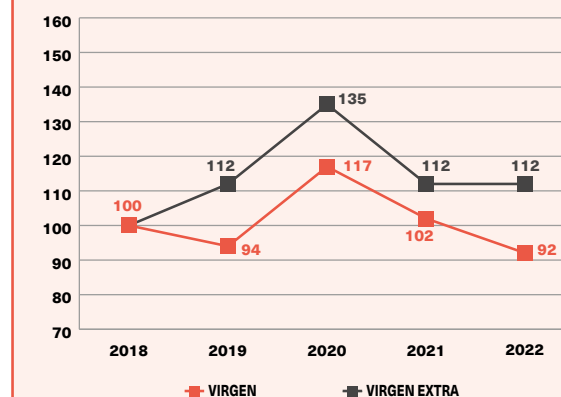
Durante los últimos cinco años, el consumo de aceite de oliva se ha reducido 0,5 litros por persona aunque el gasto se ha elevado en 1,5 euros per cápita. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 (8,9 litros), mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el último ejercicio 2022 (31,0 euros por consumidor).

En la familia de aceite de oliva, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2018, el consumo de aceite virgen extra experimenta un aumento considerable mientras que el aceite virgen también se eleva ligeramente con un comportamiento diferencial en el año 2020 pero luego termina descendiendo en los ejercicios siguientes.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ACEITE DE OLIVA, 2018-2022



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ACEITE DE OLIVA (2018=100), 2018-2022



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

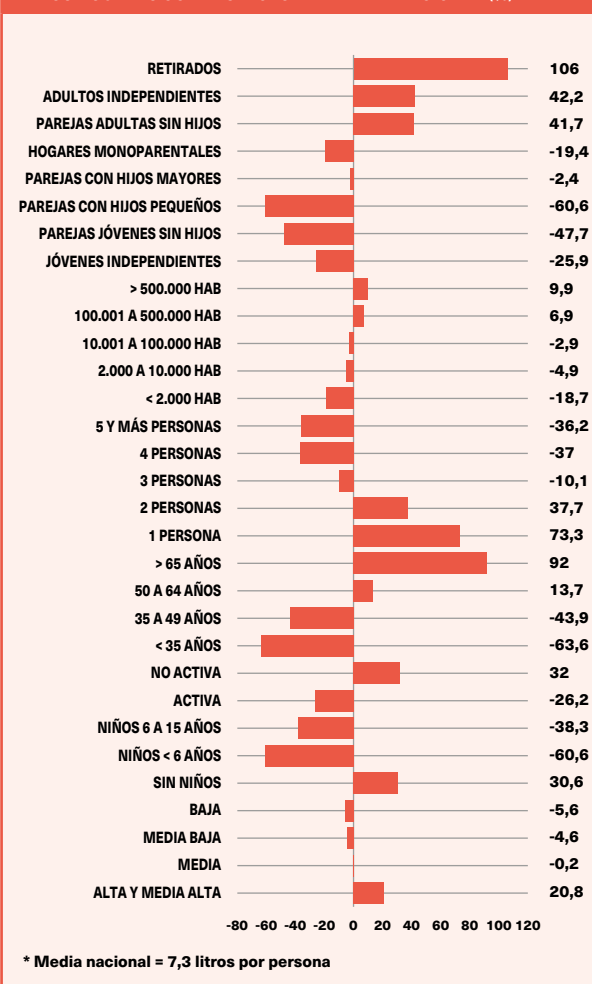
En términos per cápita, el consumo de aceite de oliva durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de aceite de oliva, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de aceite de oliva es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de aceite de oliva es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de aceite de oliva, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.
- Los consumidores que residen en las grandes ciudades (más de 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 por debajo 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 y adultos independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, en los hogares monoparentales, los jóvenes independientes y las parejas con hijos mayores.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, País Vasco, La Rioja y Navarra cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a la Región de Murcia, Castilla-La Mancha y la Comunidad Valenciana.

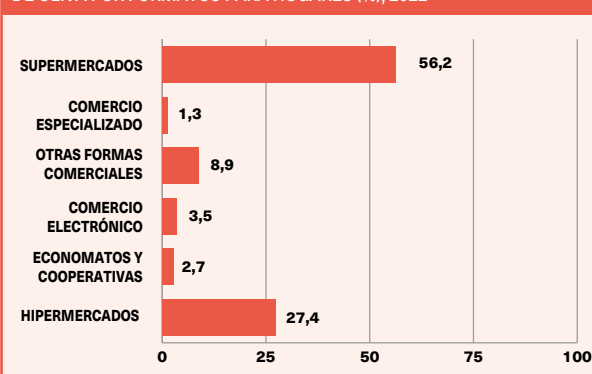
CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceite de oliva a los supermercados (56,2% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 27,4%, mientras que el comercio electrónico representa el 3,5% y los economatos y cooperativas concentran el 2,7%. Los establecimientos especializados suponen el 1,3% y las otras formas comerciales acaparan el 8,9% restante. ■

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



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE OLIVA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



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 MÁGIMA *

ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITE DEL BAJO ARAGÓN *
 ACEITE SIERRA DEL MONCAYO *

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

BALEARES

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

OLI DE MALLORCA *

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITE CAMPO DE CALATRAVA *
 ACEITE CAMPO DE MONTIEL *
 ACEITE DE LA ALCARRIA *
 MONTES DE TOLEDO *

MARCAS DE CALIDAD

ACEITE CAMPO DE HELLÍN
 ACEITE VALLE DE ALCUDIA
 ACEITE DE LA ASOCIACIÓN SIERRA DE ALCARAZ

CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

LES GARRIGUES *
 SIURANA *
 OLI DE TERRA ALTA * (ACEITE DE TERRA ALTA)
 OLI DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ * (ACEITE DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ)
 OLI DE L'EMPORDÀ (ACEITE DEL EMPORDÀ) *

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ACEITE DE LA COMUNITAT VALENCIANA *

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITE MONTEARRUBIO *
 GATA-HURDES *

PRODUCCIÓN INTEGRADA

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

LA RIOJA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ACEITE DE LA RIOJA *

MADRID

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ACEITE DE MADRID

MURCIA

MARCA DE GARANTÍA

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

OLIVO

NAVARRA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ACEITE DE NAVARRA *

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA



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

Aceite Campo de Calatrava

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción se encuentra situada al sur de Castilla-La Mancha y ocupa la zona central de Ciudad Real, abarcando 16 términos municipales como Almagro, Calzada de Calatrava, Granatula de Calatrava y Miguelturra.

CARACTERÍSTICAS: Es un aceite de oliva virgen extra obtenido del fruto del olivo de las variedades Cornicabra y Picual, con colores variables según campañas y los momentos de recolección, pudiendo oscilar entre verdes intensos y verdes amarillos, dando un sabor afrutado complejo e intenso. Las percepciones de amargo y picante en boca son apreciables y equilibradas, y además presenta una marcada presencia a frutos verdes de aceituna, manzana y otras frutas frescas.

DATOS BÁSICOS: Con una superficie de 22.073 hectáreas de olivar, la producción media anual es de 5,2 millones de kilos de aceite.

Aceite Campo de Montiel

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción abarca una superficie de olivar de casi 48.375 hectáreas, repartidas entre 26 términos municipales de las comarcas agrarias de Mancha, Pastos y Campo de Montiel de la provincia de Ciudad Real, en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites amparados son elaborados a partir de aceitunas de distintas variedades de olivo, destacando la Cornicabra, Picual, Manzanilla y Arbequina. El resultado de la mezcla natural de los zumos obtenidos proporciona unos aceites con un máximo de acidez de 0,5 grados, muy estables y resistentes al enranciamiento, presentando aromas en intensidades considerables de frutado verde o maduro (manzana, tomate y otras frutas) destacados y equilibrados, amargos y picantes, que confieren a los aceites un carácter propio.

DATOS BÁSICOS: La producción de la Denominación es de 75 millones de kilos de aceituna, lo que supone una media de 16 millones de litros de aceite anuales, de los que 500.000 litros están en vías de calificación con la propia Denominación de Origen Protegida.

Aceite del Bajo Aragón

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción amparada ocupa 37.000 hectáreas que se distribuyen entre 77 municipios de las provincias aragonesas de Teruel y Zaragoza.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extras producidos en esta zona se elaboran a partir de la variedad principal Empeltre –en una proporción mínima del 80%–, a la que se añaden otras variedades como la Arbequina y la Royal. Los aceites resultantes son de color amarillo con matices que oscilan entre el dorado y el oro viejo, de gusto frutado al principio de la campaña, con ligeros sabores almendrados, sin amargor y tirando a dulce y ligeramente picante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran registradas 32 almazaras y 4 empresas envasadoras que producen y comercializan una media anual de 2,2 millones de litros de aceite virgen extra. Se exporta el 10% aproximadamente.

Aceite de la Alcarria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción, elaboración y envasado de la Denominación de Origen Protegida comprende 95 términos municipales de la provincia de Guadalajara y 42 de la provincia de Cuenca, al noreste de la Comunidad Autónoma de Castilla-La

Mancha. Acoge 28.335 hectáreas de olivar y casi 4 millones de olivos.

CARACTERÍSTICAS: La Denominación protege el aceite de oliva extra obtenido del fruto del olivo de la variedad local Castellana (Verdeja). El color predominante es verde limón, más o menos intenso dependiendo del momento de la recolección y del grado de madurez de la aceituna. Desde el punto de vista organoléptico, los aceites de esta variedad son muy frutados y aromáticos, rotundos en su color a hoja, en los que se entremezclan sabores a hierba, avellana o plátano, a veces con sabor picante en boca.

DATOS BÁSICOS: La producción media de la Denominación es de 7,5 millones de kilos de aceituna, con una previsión para este año de 10 millones de kilos, con ocho almazaras que producen y comercializan el aceite amparado en el mercado local.

Aceite Monterrubio

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de aceite de oliva virgen de esta Denominación de Origen Protegida

se extiende sobre una superficie de 11.500 hectáreas de olivares distribuidas entre 16 términos municipales de la provincia de Badajoz.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites producidos en esta Denominación de Origen Protegida se elaboran en un 90% como mínimo con aceitunas de las variedades Cornezuelo, Picual o Jabato. Los aceites vírgenes extra obtenidos son de color entre amarillo y amarillo-verdoso, de gran estabilidad, de sabor frutado, aromático, almendrado y con sabor ligeramente amargo y picante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador existen 2 cooperativas registradas que producen 27 millones de kilos anuales de aceituna, de los que se obtienen 5,6 millones de kilos de aceite y se comercializan 150.000 kilos con Denominación de Origen Protegida.

Antequera

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de olivar protegida abarca una extensión de 42.316 hectáreas de olivares localizados en 18 municipios de la comarca norte de Málaga y el municipio cordobés de Palenciana, el único situado al sur del río Genil.

CARACTERÍSTICAS: La DOP ampara diversas variedades de aceitunas que se cultivan tradicionalmente

en la comarca, aunque predomina en un 90% la autóctona Hojiblanca, que presenta unos aceites equilibrados, ni excesivamente amargos ni tampoco demasiado dulces. Existen otras variedades minoritarias como la Picual, la Arbequina, la Lechín y algunas originarias de estas tierras donde el olivar es prácticamente monocultivo, como Gordalilla de Archidona o Romerilla.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 7 almazaras, 2 empresas envasadoras, una comercializadora y 4.169 oleicultores que vienen a producir según campañas una media de 2.843.088 kilos de aceite de oliva virgen extra comercializados con Denominación de Origen Protegida.

Aceite de Navarra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración se extiende por una superficie de 2.615 hectáreas, que abarcan la parte sur de Navarra; comprende 135 municipios, más el territorio de Bardenas Reales.

CARACTERÍSTICAS: Aceites de oliva virgen extra obtenidos, al menos en un

90%, de las variedades autorizadas Arróniz, Arbequina o Empeltre. Tienen un perfil equilibrado y complejo, con una elevada intensidad del atributo frutado. En boca resultan entre ligeros y medianamente amargos y picantes, con toques de alcachofa procedente de la Arróniz, plátano (Arbequina), o almendrados y dulces (Empeltre).

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 1.590 olivicultores y 8 almazaras que producen una media anual de 12,5 millones de kilos de aceituna, que se traducirán en unos 3 millones de litros de aceite.



Aceite de la Comunitat Valenciana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración del aceite engloba las subzonas de Maestrat, Plana Alta-Alcalaten, Sierras de Espadán y Calderona, Serranías del Turia-Ribera del Magro, Utiel-Requena-Valle de Ayora, Macizo del Caroig-Vall d'Albaida, Montaña de Alicante y Vinalopó.

CARACTERÍSTICAS: En la caracterización organoléptica del aceite de oliva virgen extra se emplean de forma habitual menciones que describen la sensación de frutado: manzana, almendra, kiwi, higo, tomate o plátano; las menciones florales también son habituales. El grado de acidez es inferior a 0,5°.

DATOS BÁSICOS: El cultivo del olivar en la Comunidad Valenciana se extiende por 91.701 hectáreas de olivar repartidas en más de 200.000 parcelas y se producen alrededor de 19.500 toneladas de aceite virgen. En la Comunidad Valenciana trabajan 63.000 oleicultores, existen 154 cooperativas, 25 empresas y 48 envasadoras dedicadas a la producción y comercialización del aceite de oliva.

Aceite de La Rioja

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción coincide con la de conservación, extracción y envasado y abarca las 503.388 hectáreas que constituyen la Comunidad Autónoma de La Rioja. La superficie de olivar protegida abarca una extensión de 1.700 hectáreas localizadas en 100 municipios de las comarcas de La

Rioja Baja y La Rioja Media.

CARACTERÍSTICAS: La DOP ampara diversas variedades de aceitunas que se cultivan tradicionalmente en la región. Los aceites protegidos son de oliva virgen extra, frutados, con notas aromáticas muy peculiares y ligeramente amargo, con matices y características muy diferenciadas. Mantienen en boca un frutado muy intenso y tienen una acidez muy baja.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 800 olivicultores y 14 almazaras, que han comercializado más de 650.000 litros de Aceite de La Rioja con DOP en su última campaña, pero que podrían llegar al millón de litros en los próximos años.

Baena

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca una superficie de 60.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre siete municipios localizados al sur de la provincia de Córdoba, con Baena como principal centro oleícola.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes se elaboran básicamente a partir de la variedad de aceituna Picuda o Carrasqueña de Córdoba y, en menor medida, con Picual, Hojiblanca, Lechín, Chorrúa y Pajarero, que les imprimen un peculiar aroma y sabor frutado intenso, ligero, almendrado amargo, y un color de amarillo verdoso a verdoso dorado. Los aceites resultan de gran finura y personalidad y con alto contenido en ácido linoleico.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran inscritos 8.100 oleicultores, 19 almazaras que producen una media anual de 40 a 50 millones de kilos de aceite, según campañas. La comercialización media anual de aceite de oliva virgen extra envasado, llevada a cabo por las 21 envasadoras inscritas, es de 9 millones de kilos, de los que se exportan el 50%.



Estepa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: la zona de producción se extiende a lo largo de 40.000 hectáreas, con más de 5 millones y medio de olivos ubicados en 12 municipios de la comarca Natural de Estepa (Sevilla) y el margen izquierdo del término municipal de Puente Genil (Córdoba). El 100% del olivar integrado dentro del territorio es sostenible,

ya que todo el cultivo se encuentra en "Producción Integrada" o "Producción Ecológica", métodos respetuosos con el medio ambiente.

CARACTERÍSTICAS: La Denominación de Origen Estepa posee la mayor variedad de aceites de oliva vírgenes extra amparada por la Unión Europea. De ahí que se puede encontrar, entre sus aceites, una amplia gama de aromas y sabores. La entidad certifica dos aceites de oliva vírgenes extra movovarietales (Hojiblanco y Arbequino) y los coupages Selección y Multivarietal. Todos ellos, de recolección temprana y elaborados en frío.

En líneas generales, el aceite de oliva virgen extra amparado por la D.O.P. Estepa es equilibrado en sus intensidades de amargo y picante, presenta sabores y aromas de fruta fresca y/o madura, y gracias a sus diferentes variedades ofrece alternativas que se adaptan a cualquier consumidor exigente.

DATOS BÁSICOS: La Denominación de Origen Estepa, que aglutina a más de 4.500 olivareros, ampara a 16 cooperativas de primer grado y 2 envasadoras-comercializadoras (Oleoestepa y Puricon). La producción media de su territorio se sitúa en torno a los 30 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra, de los que en torno a los 3 millones se comercializan envasados con el sello de la D.O.P. Estepa.

Les Garrigues

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada por la Denominación de Origen Protegida Les Garrigues está situada al sur de la provincia de Lleida, abarcando las comarcas de Les Garrigues, el sur de Segrià y el sur de Urgell, con una superficie inscrita de 18.600 hectáreas.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extra amparados se elaboran exclusivamente con las variedades Arbequina, en un 90% como mínimo, y Verdiehl, 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 2.300 productores, 20 almazaras y envasadoras. Durante la campaña anterior, la producción alcanzó unos 4,5 millones de kilos de aceite, de los cuales 1,8 millones de kilos corresponden a aceite de oliva virgen extra amparado por la DOP Les Garrigues.

Gata-Hurdes

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de aceite de oliva virgen extra con Denominación de Origen Protegida se extiende sobre una extensión de 30.300 hectáreas de olivares distribuidas entre 84 municipios de las comarcas naturales de la Sierra de Gata, Hurdes, Tierras de Trasierra de Granadilla, Ambroz, Jerte y La Vera, en Cáceres.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites producidos se realizan exclusivamente a partir de la variedad autóctona Manzanilla Caceña. Los aceites vírgenes extra obtenidos son de color amarillo-oro, ligeramente picantes y poco amargos, con intensos frutados y gran estabilidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran registradas 4 almazaras y 4 empresas envasadoras. La producción media anual es de 500.000 kilos de aceite, de los que se comercializan 140.000 kilos con Denominación de Origen Protegida.

Montes de Granada

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida abarca una superficie de 60.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre casi 30 municipios de la provincia de Granada.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites de oliva virgen extra amparados por la Denominación de Origen Protegida se elaboran a partir de las variedades principales Picual, Lucio y Loaime, aunque también se utilizan complementarias como la Hojiblanca, Gordal de Granada, Negrillo de Iznalloz y Escarabajuelo. Los aceites producidos son de tipo frutado intenso y suave.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 5.000 productores, 9 empresas envasadoras que producen una media anual de 20 millones de kilos de aceite de oliva virgen, según campañas. La comercialización con Denominación de Origen Protegida supera los 1,5 millones de kilos anuales, aunque se espera incrementar esta cifra en los próximos años.

Montes de Toledo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de aceite de oliva virgen se extiende sobre una superficie protegida de 30.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre 103 municipios localizados en las

provincias de Toledo y Ciudad Real.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes protegidos por la Denominación de Origen Protegida Montes de Toledo se elaboran exclusivamente con la variedad de aceituna Cornicabra. El aceite virgen extra tiene un color que va desde el amarillo dorado hasta el verde intenso, de sabor denso en boca, resulta afrutado y aromático, y con regusto amargo y levemente picante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida se encuentran registrados 6.000 oleicultores, 43 almazaras y 32 empresas envasadoras, que producen una media anual de 16 millones de kilos de aceite, de los que se comercializan más de 1 millón de kilos con DOP.

Oli de l'Empordà

(Aceite del Empordà)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Los municipios que componen la zona de demarcación geográfica están dentro de las comarcas del Alt Empordà y del Baix Empordà, así como algunos municipios

límitrofes 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 unas 900 hectáreas, 341 agricultores y 6 almazaras. En la última campaña, se comercializaron de 73 toneladas de aceite amparado por la DOP.

Montoro-Adamuz

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie amparada por la Denominación cubre 55.000 hectáreas de olivar, repartidas entre 7 términos municipales situados en pleno corazón de Sierra Morena, en la provincia de Córdoba.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades principales autorizadas son Picual (Nevadillo blanco) y Nevadillo negro, que producen aceites muy específicos, y en menor proporción se presentan otras como Picudo, Lechín y Carrasqueño. Los aceites de oliva virgen extra de la comarca amparada tienen un alto contenido en polifenoles y agentes antioxidantes naturales, además de una alta resistencia a la 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 Mallorca

(Aceite de Mallorca)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Aceite de Mallorca ampara una superficie de 1.647 hectáreas de olivares que se extienden a todos los municipios de la isla de Mallorca. El 90%

de las plantaciones tiene una antigüedad de 500 años.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extra de Mallorca permiten tres variedades: Mallorquina, Arbequina y Picual. Se diferencian dos tipos de aceites en función principalmente del momento de la recolección de las aceitunas; aceite "afrutado", que procede de la recolección más temprana, con atributos de amargor y picante, de color amarillo verdoso, y el aceite dulce, que procede de la aceituna más madura, con características de dulzor o suavidad, presenta un color del amarillo paja al amarillo oro.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 532 productores, 7 almazaras y 13 envasadoras que producen 252.450 litros de aceite, de los que han comercializado 175.541 litros con Denominación de Origen Protegida.



Oli de Terra Alta

(Aceite de Terra Alta)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se extiende sobre 12 municipios de la comarca de Terra Alta, y 3 municipios de la comarca de la Ribera d'Ebre.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites amparados por esta DOP son aceites de oliva virgen extra de la variedad Empeltre, o Arbequina, o de la mezcla de la variedad principal de esta zona que es la Empeltre y las variedades secundarias 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 2.580 hectáreas, aproximadamente 1.000 productores, 7 almazaras y 18 envasadoras-comercializadoras. La producción de la última campaña fue de 160.000 kilos de aceite amparado por la DOP.

Oli del Baix Ebre-Montsià

(Aceite del Baix Ebre-Montsià)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de esta DOP abarca 49.000 hectáreas de olivares distribuidas en 14 términos municipales de la comarca del Baix Ebre y 12 términos municipales de la comarca del Montsià, ambos de la provincia de Tarragona.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites producidos en esta Denominación se elaboran con las variedades Morruda, Sevillenca y Farga, considerándose como principal cualquiera de ellas. El aceite de oliva resultante varía del color amarillo verdoso hasta amarillo dorado, de sabor frutado al principio de la campaña y ligeramente dulce al final.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita en el Consejo Regulador es de 12.000 hectáreas, con un número de productores inscritos de 3.300, 11 almazaras y 5 plantas envasadoras-comercializadoras. La producción fue aproximadamente de 62.000 kilos de aceite amparado por la DOP.

Poniente de Granada

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



Poniente de Granada
Denominación de origen

ZONA GEOGRÁFICA: Abarca 71.000 hectáreas de 16 municipios de la comarca del Poniente de Granada, cuyos municipios principales son Algarinejo y Alhama de Granada.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites son multivarietales, procedentes de la combinación de al menos tres de las siguientes variedades: Hojiblanca, Picual, Picudo, Lucio o Illo-reño, 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 29.628 hectáreas de olivar, distribuidas entre cuatro municipios (Almedinilla,

Carcabuey, Fuente Tójar y Priego de Córdoba) ubicados al sudeste de la provincia de Córdoba en pleno corazón del Parque Natural de las Sierras Subbéticas declarado Geoparque por la UNESCO.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de aceituna 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 aceites de oliva 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 AOVE 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 6.712 agricultores, 12 almazaras, 22 marcas amparadas y 12 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 40% se destina a la exportación.

Sierra del Moncayo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se encuentra situada al oeste de Aragón, ocupando el noroeste de la provincia de Zaragoza formando una unidad

morfológica, geográfica e histórica homogénea que comprende las comarcas de Tarazona y el Moncayo y Campo de Borja, con más de 2.500 hectáreas de olivo para un total de 34 municipios.

CARACTERÍSTICAS: La valoración olfativa de los aceites virgen extra de Sierra del Moncayo presenta aromas claramente perceptibles afrutados de aceituna verde o madura y a frutos secos, asegurando un producto final multivarietal con propiedades propias y únicas. Son aceites equilibrados, destacando la armonía del sabor amargo y picante. Agradables en boca y fáciles de tomar.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador cuenta con alrededor de 2.200 pequeños agricultores y 5 cooperativas, que producen una media anual que supera los 4,5 millones de kilos de aceituna que se traducen en 1 millón de litros de aceite, del cual se destina un 25% para certificar como DO.

Sierra de Cádiz

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por esta Denominación de Origen Protegida es de 20.854 hectáreas de olivares que se localizan en 8 municipios de la provincia de Cádiz y 4 municipios de la provincia de Sevilla.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extra se elaboran a partir de la variedad principal de esta zona de producción que es la Lechín, a la que se añaden otras variedades como la Arbequina, Alameño de Montilla, Hojiblanca, Manzanilla, Picual, Verdial, y Lechín de Sevilla, considerada la principal denominación, lo que da como resultado unos aceites de oliva virgen extra con una acidez máxima de 0,8 grados, color variable entre el amarillo dorado y el verde intenso, de gran estabilidad y de un amargor levisimo en boca.

DATOS BÁSICOS: Están registradas en el Consejo Regulador 8 almazaras y 8 empresas envasadoras que producen 5 millones de kilos de aceite virgen extra al año, según campañas, lo que supone el 85% de toda la provincia de Cádiz.

Sierra de Cazorla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los aceites amparados por la DOP Sierra de Cazorla abarca los términos municipales de Cazorla, Chilluévar, Hinojares, Huesa, La Iruela, Peal de Becerro, Pozo Alcón, Quesada y Santo Tomé, con un total de superficie de olivar de 37.500 hectáreas, enclavados en el entorno del Parque Nacional de la Sierra de Cazorla, en la provincia de Jaén.

CARACTERÍSTICAS: Son necesariamente de las variedades Picual o Royal. Son aceites de oliva virgen extra de un verdor amarillento; de un intenso frutado de aroma fresco a hierba verde (césped, heno), agradable olor a “alfoza”, 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 11 entidades, que producen unos 35 millones de kilos de aceite de oliva virgen. La comercialización con DOP es aproximadamente de 3 millones de kilos anuales y se venden en envases de pet, vidrio o metálicos. Se exporta entre un 10% y 20%

Sierra de Segura

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La Denominación de Origen Sierra de Segura ampara una superficie de 42.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre 14 municipios localizados en la zona nororiental de la provincia de Jaén.

tal de la provincia de Jaén.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de aceituna predominante para la obtención de aceites vírgenes es la Picual, que ocupa el 95% del cultivo, aunque también se utilizan otras variedades como Royal, Verdala y Manzanillo de Jaén. Los aceites resultan de color amarillo-verdoso, frutados, aromáticos, ligeramente amargos y de gran estabilidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos más de 10.000 oleicultores, 22 almazaras, 16 empresas comercializadoras y 9 envasadoras, que producen 18 millones de kilos de aceite virgen y comercializan una media anual de un millón de kilos de aceite virgen extra amparados con Denominación de Origen Protegida.

Sierra Mágina

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción abarca una extensión de 61.000 hectáreas de olivar localizadas en la comarca de Sierra Mágina, que comprende 15 municipios radicados en la parte central de la zona sur de la provincia de Jaén.

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 26 entidades inscritas, 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 2,5 millones de kilos.

Siurana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción se extiende sobre una superficie que alcanza casi 12.000 hectáreas de olivar, en 7 comarcas de la provincia de Tarragona.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes se elaboran básicamente a partir de la variedad Arbequina y en menor proporción con Royal y Morrut. Se establecen dos tipos de aceites vírgenes extra, según el momento de la recolección: Frutado, procedente de una recolección más temprana, de color verdoso, más cuerpo y sabor almendrado amargo, y Dulce, de recolección más tardía, de color amarillo, más fluido.

DATOS BÁSICOS: En el consejo regulador están inscritos cerca de 5.000 oleicultores, 29 almazaras y 34 empresas envasadoras que produjeron 5 millones de kilos de aceite amparado por la DOP Siurana.



ACEITUNA DE MESA

El olivo es un árbol milenario cuyo cultivo se extendió por la cuenca del Mediterráneo, siendo de gran importancia para los pueblos fenicio, romano y árabe. La expansión de su cultivo a América se produjo en el siglo XVI gracias a los españoles.

Inicialmente, la aceituna se utilizó para la extracción de aceite, pero ya en el siglo I antes de Cristo hay referencias sobre su consumo directo. Así, por ejemplo, el escritor gaditano Columela recoge en sus tratados de agronomía los diferentes métodos de preparación de aceitunas de mesa (salmuera, aliñadas con hinojo, con hojas de lentisco y vinagre, etc.).

Todas estas características hacen que la aceituna sea un fruto que no se puede consumir tal y 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.

PRODUCCIÓN INDUSTRIAL

En España, la preparación industrial de las primeras aceitunas de mesa se produjo a finales del siglo XIX en algunas localidades de la provincia de Sevilla. Desde



entonces, la aceituna española ha liderado los mercados mundiales, tanto por producción como por comercialización.

La oferta de aceitunas de mesa es actualmente muy amplia, tanto por su presentación como por su método de elaboración. En el mercado se pueden encontrar aceitunas enteras deshuesadas, en rodajas, en gajos, en cuartos o en mitades. Asimismo, hay aceitunas aderezadas al estilo español o sevillano, en salmuera, aliñadas de un sinfín de maneras: con orégano, tomillo, ajo, naranja, limón, cebolla, etc.; y rellenas de anchoa, pimiento, atún, salmón, avellana, almendra, cebolla, ajo, etc.

En general, los frutos se someten a tratamientos con hidróxido sódico o potásico, salmuera o sucesivos lavados con agua, según los sistemas y hábitos locales de elaboración.

TIPOS Y PRESENTACIONES

La aceituna de mesa es un aperitivo perfecto por ser una opción saludable. Dependiendo de su coloración, del momento en el que se han recogido y del proceso de elaboración llevado a cabo, se distinguen tres tipos de aceituna: verdes (aceitunas obtenidas de frutos de tamaño normal, recogidos en su punto de maduración); de color cambiante (aceitunas recogidas antes de su completa madurez y con frutos de color morado, rosáceo o castaño) y negras (aceitunas que proceden de frutos que no están totalmente maduros y que una vez tratadas adquieren su color negro característico).

En cuanto a las presentaciones que se pueden encontrar en el mercado, destacan las aceitunas enteras (las que conservan su forma original y a las que no se les ha sacado el hueso), las deshuesadas, las rellenas (aceitunas deshuesadas que se rellenan con uno o más ingredientes como pimiento, cebolla, atún, anchoa, salmón, almendra, etc.), las saladas (aceitunas cortadas en gajos o lonjas y deshuesadas); las lonjas (aceitunas deshuesadas o rellenas cortadas en aros de un grosor similar) y las aceitunas alcaparradas (enteras o deshuesadas, con o sin relleno, generalmente de tamaño pequeño y acompañadas de alcaparras).

SUPERFICIE DE OLIVAR

Según la encuesta sobre superficies y rendimientos de cultivos (ESYRCE), que publica el Ministerio Agricul-

ra, España contaba en 2022 con 83.297 olivares destinados en exclusiva a producir aceituna de mesa y otras 227.758 eran olivares de doble aptitud (producción de aceituna de mesa y de almazara).

El olivar destinado a la producción de aceituna de mesa se encuentra principalmente en Andalucía (87% del total) y Extremadura (11%).

Igualmente, Aragón cuenta con una superficie importante de olivar destinado a la aceituna de mesa y otras regiones como la Comunidad Valenciana, Cataluña, Baleares, La Rioja y Murcia tienen superficies menos relevantes.

En España se cultivan diferentes variedades de aceitunas de mesa dependiendo de la zona geográfica. Las más comunes son manzanilla (50% de la producción) y hojiblanca (40%), pero también hay otras producciones minoritarias de las variedades picual, gordal, hojiblanca, carrasqueña, cacereña, aloreña, verdial y lechín. Algunas de estas aceitunas tienen doble aptitud, pueden destinarse al consumo directo o a la producción de aceite.

PRODUCCIÓN NACIONAL

La aceituna de mesa es un producto español que lidera los mercados internacionales. Para este sector, 2022 estuvo marcado de nuevo por los efectos sobre el consumo derivados de la pandemia y también por los problemas de aranceles con Estados Unidos.

En la campaña 2021/2022 la producción nacional de aceituna de mesa fue de alrededor de 652.100 toneladas, según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA). Este volumen resultó un 19% superior al de la anterior campaña. Por su lado, en la campaña 2022/2023, la producción de aceituna de aderezo disminuyó hasta algo más de 417.510 toneladas. Dicha campaña arrancó el 1 de septiembre de 2022 con unas existencias de 439.870 toneladas (un 25% más que un año antes) y llegó a primeros de junio de 2023 con un "stock" final de 266.380 toneladas.

A nivel nacional, Andalucía es la región con mayor superficie de olivar destinado a la producción de aceituna de mesa. Anualmente produce más del 80% de la cosecha nacional y dentro de Andalucía, Sevilla es la primera provincia productora, con más de la mitad de la cosecha andaluza, seguida de Córdoba y Málaga. En la campaña 2022/2023, la producción andaluza supuso el 85% del total. El resto se reparte entre Extremadura, Murcia, Aragón, Casti-

lla-La Mancha, Baleares, Cataluña, Madrid, Navarra, Comunidad Valenciana y Murcia.

RELEVANCIA ECONÓMICA

El sector de la aceituna de mesa 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.

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 de la aceituna y el cultivo del olivo, a los que hay que añadir los creados por las empresas y fábricas auxiliares como las de vidrio, hojalata, cartón, maquinaria, transportes, etc.

Todas estas labores suponen aproximadamente el 27% del empleo generado por el sector nacional de conservas y preparados de productos vegetales.

EXPORTACIONES NACIONALES

Al margen de ser el país con mayor consumo de aceituna de mesa de la Unión Europea, España es también el primer país exportador del mundo y con gran diferencia con respecto al resto.

En concreto, España exporta cerca del 30% del total mundial, muy por delante de Egipto, Grecia y Argentina, que son otros tres países que venden en el exterior gran parte de su producción.

Al igual que sucede con el aceite de oliva, el saldo de la balanza comercial del sector de la aceituna de mesa es positivo.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, en la campaña 2021/2022 se registraron un total de 320.422 toneladas de aceituna de mesa vendidas al exterior. De este volumen, 186.704 fueron ventas fuera de la UE y el resto (133.718 toneladas) se destinaron al mercado comunitario. Por su parte, en la campaña 2022/2023 las exportaciones (con datos a junio 2023) ascendieron a 335.000 toneladas, de las que 196.000 fueron a parar a destinos extracomunitarios.

Por zonas geográficas, destacan como destino de las ventas exteriores los países de la UE, Estados Unidos y también los Países Árabes. En los últimos años se han incrementado las ventas a países del Este (Rusia, etc.) y también a los de centro y Sudamérica. Asimismo, también es un destino importante para las aceitunas españolas el Reino Unido.

PRODUCCIÓN MUNDIAL Y EUROPEA

De la superficie total de olivar que hay en el mundo (unos 10 millones de hectáreas), más de un millón de hectáreas se dedica a la producción de aceitunas de mesa.

España es el primer país del mundo en producción y exportación de aceituna de mesa con aproximadamente el 20% del total. Después de España, los países con mayor producción de aceituna de mesa son Egipto (19%), Turquía (14%), Argelia (10%) y Grecia (8%).

A nivel de la Unión Europea, la producción de aceituna de mesa en la campaña 2021/2022 ascendió a cerca de 927.500 toneladas, un volumen superior en un 5% al de la campaña precedente, según los datos del Consejo Oleícola Internacional (COI). Para la campaña 2022/2023, las previsiones de este organismo cifraron la producción en 859.500 toneladas.

Además de España, que aporta más de la mitad de la producción, el otro gran país productor de la UE es Grecia, que en la campaña 2021/2022 disminuyó notablemente su producción. En la campaña 2022/2023 se estimó una recuperación de la producción hasta las 315.000 toneladas.

El tercer país en producción es Italia, con 62.500 toneladas en la campaña 2022/2023 y tienen también producciones de aceituna de mesa Malta, Portugal, Chipre, Francia, Eslovenia y Croacia, pero su volumen de producción es considerablemente más bajo.

CONSUMO EUROPEO

La Unión Europea era el gran consumidor de aceituna de mesa del mundo, pero en las últimas campañas ha sido superada por Egipto, según los datos del Consejo Oleícola Internacional (COI).

En la campaña 2021/2022, el consumo se situó, según el COI, en 603.300 toneladas (volumen muy superior al de la campaña anterior) y en la campaña 2022/2023, la cifra subió a 657.300 toneladas. España es el primer país de la Unión Europea en consumo de aceituna, seguido de Chipre, Malta y Grecia.

PRODUCCIÓN MUNDIAL

La producción media mundial de aceitunas de mesa en las últimas cinco campañas asciende a casi 2,8 millones de toneladas, de las cuales más de un 45% son europeas y más de un 19% españolas.

En la campaña 2021/2022, la producción mundial aumentó a cerca de 2,88 millones de toneladas, un volumen superior en un 2% al de la campaña precedente, según los datos del Consejo Oleícola Internacional (COI). Para la campaña 2022/2023, las previsiones de este organismo cifraban la producción en algo más de 3 millones de toneladas.

Además de la UE, primer productor mundial, destacaron en la campaña 2022/2023 por su producción países como Egipto (600.000 toneladas), Turquía (605.000 toneladas) y Argelia (298.000 toneladas). Aunque sus cosechas son menos importantes a nivel mundial, también hay producciones en países como Irán, Iraq, Marruecos, Túnez, Jordania, Siria, Georgia, Rusia, Estados Unidos e incluso Japón, entre otros.

CONSUMO MUNDIAL

Aunque en los años previos había crecido, la pandemia provocó una caída del consumo mundial de aceituna de mesa. Así, según los datos del Consejo Oleícola Internacional (COI), en la campaña 2021/2022 se consumieron en el mundo algo más de 2,7 millones de toneladas, frente a los 2,8 millones de la anterior. Para la campaña 2022/2023, el COI estimó un crecimiento del consumo de aceitunas, pero poco importante. Así, sus pronósticos situaron el consumo total en 2,95 millones de toneladas.

Egipto ha sido el país con mayor consumo en las dos últimas campañas. En la 2022/2023, las estimaciones del COI apuntaban a que se consumieron en este país 500.000 toneladas de aceitunas, frente a las 564.500 toneladas de todos los países de la UE. Por detrás se situaron Turquía (407.000 toneladas) y Argelia (312.000 toneladas).

Estados Unidos registró un aumento en su consumo tras los problemas con los aranceles de la campaña 2020/2021. El COI estimó un consumo cercano a las 196.500 toneladas para la campaña 2021/2022, unas 20.000 toneladas por encima de la anterior, y de 178.000 toneladas para la campaña 2022/2023.

Otros países en los que también se consumen mucho las aceitunas de mesa son Irán, Albania y Líbano.

COMERCIO MUNDIAL

Respecto al comercio, según datos del Consejo Oleícola Internacional (COI) la exportación media mundial en la campaña 2021/2022 alcanzó las 718.500 toneladas (peso neto escurrido), un volumen superior al

de la campaña anterior en 11.000 toneladas. Asimismo, en la campaña 2022/2023 las previsiones del COI apuntan a que se exportaron a nivel mundial 769.000 toneladas.

España es el primer país exportador de aceituna de mesa del mundo, seguido a gran distancia por Egipto, Marruecos, Turquía, Grecia, Argentina, Perú, Siria, Portugal y Estados Unidos.

De las exportaciones totales en la campaña 2021/2022, 339.000 toneladas correspondieron a las ventas desde la Unión Europea (sin tener en cuenta los intercambios intracomunitarios). Para la

campaña 2022/2023 el COI estimó una exportación de 271.000 toneladas en el caso de la UE.

En cuanto a las importaciones mundiales de aceituna de mesa, en la campaña 2021/2022 se estimaron (datos del COI) en 690.500 toneladas y en la 2022/2023, en 702.000 toneladas.

Pese a todos los problemas comerciales, Estados Unidos es el país del mundo que más aceituna de mesa importa. En la campaña 2021/2022 compró en el exterior 157.500 toneladas y en 2022/2023 aumentó ese volumen hasta las 165.000 toneladas, de acuerdo con los datos del COI. ■

ACEITUNAS DE MESA

El sector de la aceituna de mesa tiene una gran relevancia en el conjunto de la industria agroalimentaria nacional, tanto por el número de empleos que genera como por su producción y el nivel de exportación.

La Encuesta Industrial Anual de Productos del INE cifró la producción de aceitunas en 2022 en 896.720 toneladas, por un valor de 1.709 millones de euros. La producción industrial de ese año supuso un aumento del 25% con respecto a la del año anterior, según las mismas fuentes.

Según los datos de la Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceituna de Mesa, (ASEMESA), el sector de la aceituna genera más de 8.000 empleos directos y más de 6 millones de jornales, entre recogida y cultivo del olivo. Además, hay también miles de empleos que están relacionados con esta producción (los que trabajan en fábricas del vidrio, hojalata, cartón, maquinaria, transporte, etc.).

ASEMESA calcula que este subsector representa el 27% del empleo generado en el sector de las conservas y preparados vegetales, así como también el 22% del valor generado por este subsector a efectos del Producto Interior Bruto (PIB). Más concretamente, ASEMESA calcula que su aportación al PIB ronda los 1.000 millones de euros al año.

En los últimos años se han detectado fuertes procesos de concentración y modernización.

Junto con ASEMESA, en el sector trabaja también la organización interprofesional INTERACEITUNA, en la que están representados productores e industriales.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ACEITUNAS DE MESA	
EMPRESA	VENTAS (Mill. €)
Aceitunas Guadalquivir, S.L	300
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U. (*)	277,3
Grupo Ángel Camacho, S.L.*	252,2
Aceitunas Cazorla, S.L	160
Agro Sevilla Aceitunas Soc. Coop. And. – Grupo *	158,7
DCOOP. Aceitunas de mesa.	118,58
La Española Alimentaria Alcoyana, S.A	55
Olives And Pickes, S.L	47
Cándido Miró, S.A	42
Oleand Manzanilla Olive S.C.A (*)	110

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022 * Incluye la facturación de otras producciones.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), en la campaña 2021/2022 había en España 429 instalaciones dedicadas al entramado de la aceituna, 10 más que en la campaña anterior.

El 52,4% de estas empresas se encontraba en Andalucía; el 25% en Extremadura; el 8% en Aragón; el 3% en Cataluña y el 3% en Murcia.

Además de las entamadoras, el sector industrial también se compone de instalaciones dedicadas al envasado. En la campaña 2021/2022 estaban registradas 274 empresas envasadoras, según datos de AICA. De esas instalaciones dedicadas al envasado, el 40% estaba en Andalucía y el 13% en Extremadura.

A nivel empresarial, el principal grupo del sector facturó en 2022 un total de 252 millones de euros, cifra muy superior a la del año anterior. El grueso de esta facturación procede de las exportaciones. Desde su planta de Sevilla, la empresa distribuye en torno a 65.000 toneladas de aceituna neta al año y el resto de su producción corresponde a sus filiales.

El segundo grupo empresarial llegó a 160 millones de euros de facturación, también más que un año antes. Por su lado, el tercer grupo empresarial del sector facturó por valor de 158 millones de euros. En el ranking de las 10 principales empresas quedaron por debajo de éstas otras siete con facturaciones de entre 118 y 42 millones de euros. Hay en ese grupo varias empresas que no tienen la aceituna de mesa como negocio principal.

COMERCIO EXTERIOR

España es el primer país exportador de aceitunas de mesa en el mundo. La demanda interna es completamente insuficiente para absorber los actuales niveles de producción, por lo que el comercio exterior constituye un factor esencial para asegurar la sostenibilidad de las principales empresas del sector.

En 2022, las exportaciones de aceituna de mesa de las industrias aumentaron en volumen un 6,45% y un 9,65% en valor, según los datos de ASEMESA.

España exporta aceitunas a más de 180 países. El grueso de las exportaciones españolas de aceituna de mesa se dirigieron a la UE (cerca del 44%).

Por detrás de la UE se situaron las exportaciones a Norteamérica y en tercer lugar, a los países árabes.

En cuanto a las importaciones de aceitunas de mesa, lo cierto es que son muy poco relevantes. La principal partida es la formada por las aceitunas griegas de Kalamata, aunque también se reciben algunos envíos provenientes de Marruecos y, en ocasiones, de Argentina. ■



CONSUMO Y GASTO EN ACEITUNAS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 111,0 millones de kilos de aceitunas y gastaron 368,4 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 2,4 kilos de consumo y 8,0 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las aceitunas envasadas rellenas (0,9 kilos por persona y año), seguido de las aceitunas envasadas con hueso (0,7 kilos per cápita). En términos de gasto, las aceitunas envasadas rellenas concentran el 36,3% del gasto, con un total de 2,9 euros por persona, seguido por las aceitunas envasadas con hueso, con un porcentaje del 22,5% y un total de 1,8 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN ACEITUNAS DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL ACEITUNAS	111,0	2,4	368,4	8,0
ACEITUNA ENVASADA CON HUESO	30,8	0,7	85,4	1,8
ACEITUNA ENVASADA SIN HUESO	22,3	0,5	63,4	1,4
ACEITUNA ENVASADA RELLENA	43,1	0,9	133,3	2,9
RESTO ACEITUNAS	14,9	0,3	86,2	1,9



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

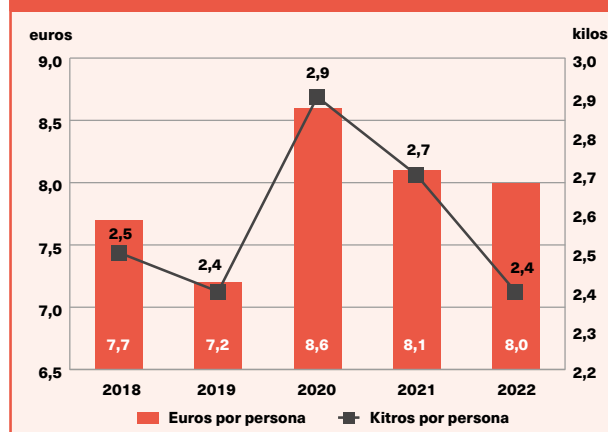
En términos per cápita, el consumo de aceitunas durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

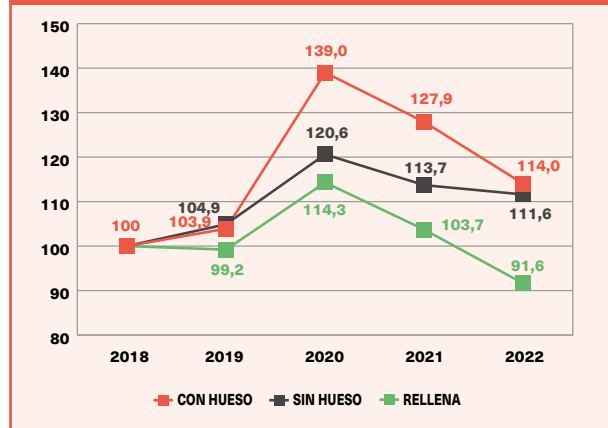
Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto de aceitunas ha crecido ligeramente aunque en el ejercicio 2020 se produce un incremento notable por los efectos de la COVID-19. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (2,9 kilos), también el mayor gasto tuvo lugar en ese ejercicio 2020 (8,6 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ACEITUNAS, 2018-2022

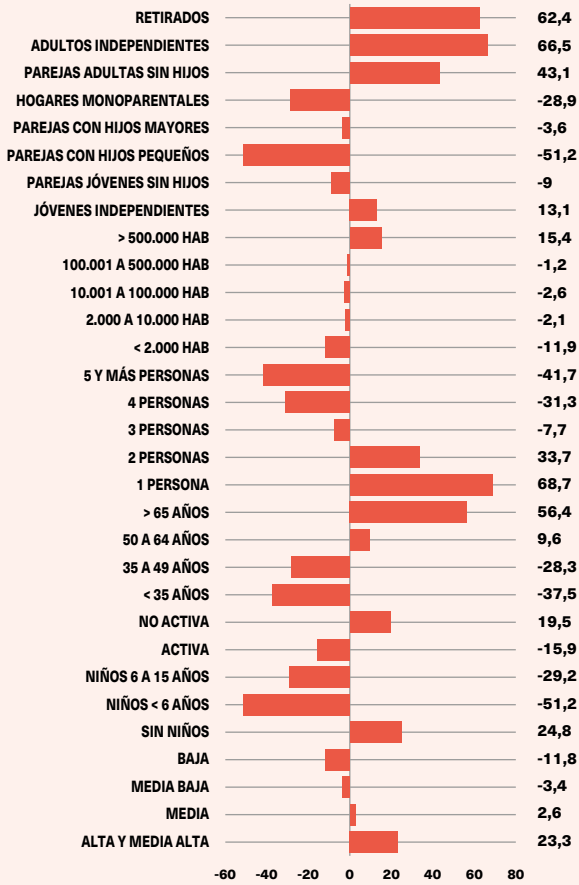


En la familia de aceitunas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque con incrementos notables en el año 2020 por los efectos de la COVID-19 que durante el último ejercicio se han corregido. Respecto a la demanda de 2018, solamente disminuye el consumo de aceitunas rellenas.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ACEITUNAS (2018=100), 2018-2022



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

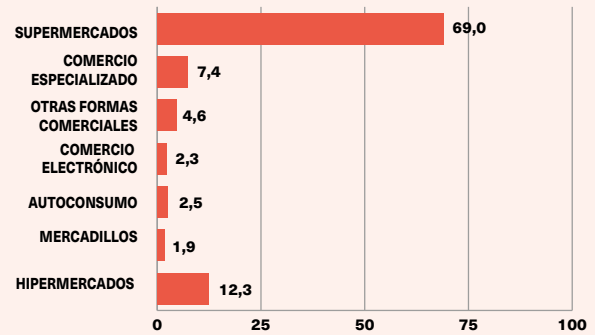


* Media nacional = 2,4 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceitunas a los supermercados (69,0% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 12,3% y los establecimientos especializados llegan al 7,4%. El autoconsumo representa una cuota del 2,5%, los mercadillos acaparan el 1,9% y el comercio electrónico representa un 2,3%. Otras formas comerciales suponen el 4,6% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ACEITUNAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



CONSUMO Y GASTO EN ENCURTIDOS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 27,1 millones de kilos de encurtidos y gastaron 100,1 millones de euros en estos productos.

En términos per cápita, se llegó a 0,6 kilos de consumo y 2,1 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN ENCURTIDOS DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL ENCURTIDOS	27,1	0,6	100,1	2,1

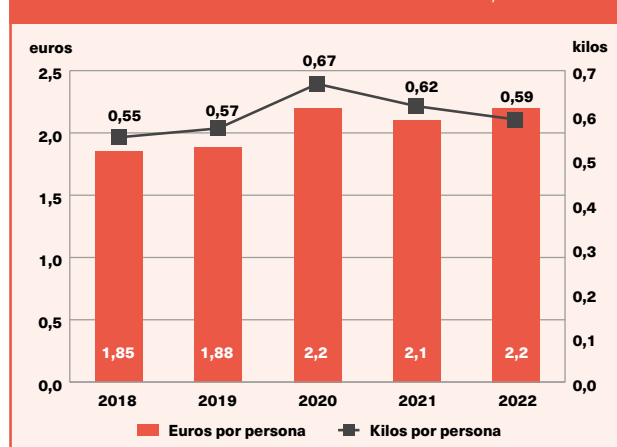
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de encurtidos ha subido 0,04 kilos por persona y el gasto también se ha elevado (subida de 0,35 euros). En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020, con 0,67 kilos, mientras que el mayor gasto tuvo lugar también en el ejercicio 2020 con 2,20 euros por consumidor.

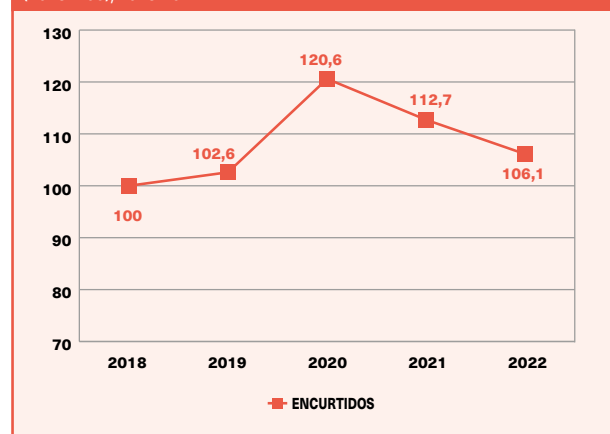
En el periodo 2018-2022 y respecto a la demanda de 2018, el consumo de encurtidos ha seguido una tendencia ascendente, produciéndose un pequeño descenso en los dos últimos ejercicios tras la notable elevación del año 2020.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ENCURTIDOS, 2018-2022



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ENCURTIDOS (2018=100), 2018-2022



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

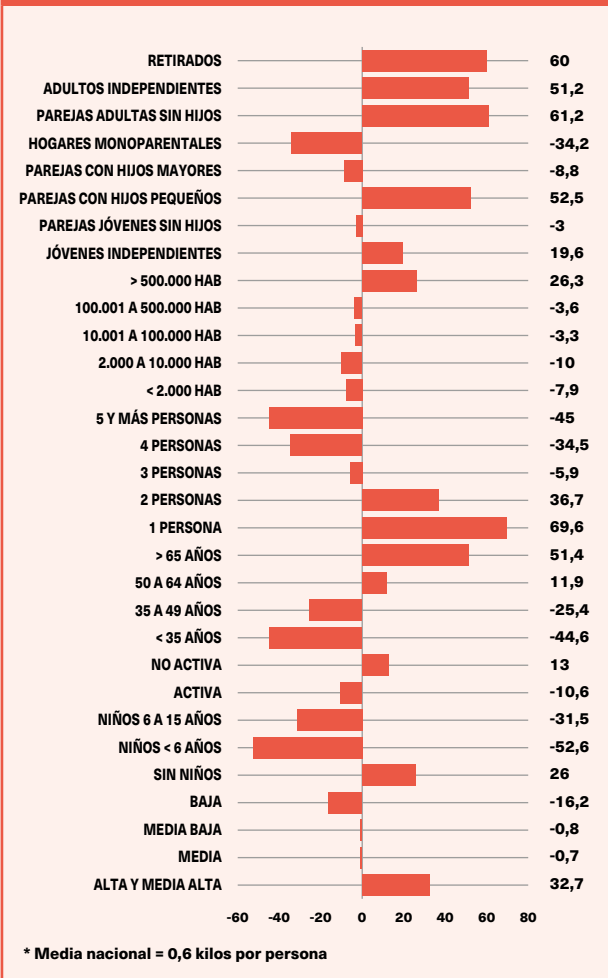
En términos per cápita, el consumo de encurtidos durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de encurtidos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de encurtidos es superior.
- En los hogares donde compra una persona mayor de 65 años el consumo de encurtidos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de encurtidos, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de encurtidos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 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 Extremadura, Andalucía y Galicia.

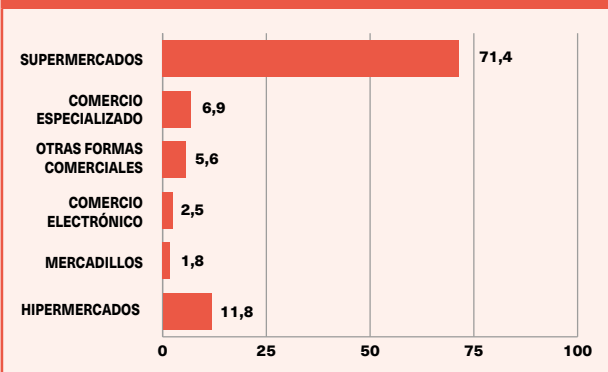
CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de encurtidos a los supermercados (71,4% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 11,8% y los establecimientos especializados llegan al 6,9%. Los mercadillos representan el 1,8%, el comercio electrónico el 2,5% y otras formas comerciales el 5,6% restante. ■

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



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ENCURTIDOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



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 dos y de piel fina y con una textura

en su pulpa muy firme. La forma de elaboración artesana es la que aporta características singulares a las aceitunas, que son rajadas longitudinalmente y después se someten a un proceso de curación, usando en su aderezo ajo, tomillo, orégano, hinojo, laurel y cilantro, dando como resultado un producto tradicional, de sabor único y original.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta denominación, en el Consejo Regulador figuran inscritas 14 empresas de elaboración que producen al año más de 3 millones de kilos, susceptibles de ser comercializados como Denominación de Calidad.

Aceituna Aloreña de Málaga

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se encuentra situada en el suroeste de la provincia de Málaga y engloba a un total de 19 municipios: Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Almogía, Álora, Alozaina, Ardales, El Burgo, Carratraca, Cártama, Casarabonela, Coín, Guaro, Málaga, Monda, Pizarra, Ronda, Tolox, Valle de Abdalajís y Yunquera, con una superficie total de 230.500 hectáreas. Se sitúa en la comarca,

natural del Guadalhorce, incluida dentro del dominio de las cordilleras Béticas.

CARACTERÍSTICAS: Se trata de una aceituna de mesa aliñada obtenida del fruto del olivo de la variedad aloreña. Con un calibre de entre 140-260 mm se considera una aceituna muy apreciada. La recolección debe ser manual, ya que es una aceituna muy sensible a los golpes y se daña fácilmente; una vez recolectadas, las aceitunas son partidas y puestas en salmuera. Tras unos días en esta salmuera, las aceitunas están listas para aliñarse con los aliños típicos de la zona: hinojo, tomillo, ajo y pimienta, que le dan ese característico aroma y sabor. La Denominación de Origen reconoce tres productos diferenciales según su grado de fermentación y amargor: aceitunas verdes frescas, tradicionales y curadas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas unas 2.000 familias recolectoras, con una superficie de unas 23.000 hectáreas de olivar que producen unos 20.000.000 de kilos anuales, de los cuales se han aderezado unos 5.000.000 de kilos.

OLEAGINOSAS

Las oleaginosas son plantas de cuya semilla se puede obtener, principalmente, aceite para consumo humano, aceites para usos industriales y piensos destinados a la alimentación animal.

A nivel mundial, la planta oleaginosa más cultivada es la soja, que representa más de la mitad de toda la producción de estos cultivos y es originaria de Asia.

El uso principal de la soja es la elaboración de piensos destinados a la alimentación animal y los principales países productores son Brasil y Argentina. Además de la soja, también son importantes a nivel mundial la colza y el girasol. El girasol es una planta de la familia de las compuestas, cuyo origen se cree que está en Norteamérica, mientras que la colza es originaria de Europa.

Al margen de estos tres grandes cultivos, también se consideran plantas oleaginosas la palma (de la que se obtiene principalmente aceite), el maní y el lino, que también se utiliza mucho 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.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA

Las principales semillas oleaginosas cultivadas en España son el girasol y la colza, pero también se producen soja y otras producciones menos representativas como el cacahuete o la camelina.

La producción española de semillas oleaginosas representa aproximadamente el 4% de la cosecha de la Unión Europea, con cuotas que van desde el 10% en el caso del girasol, al 0,4% en el de la colza. La campaña de comercialización de estos cultivos va desde el 1 de julio al 30 de junio del año siguiente.

A efectos de calcular la renta agraria anual, el sector de las oleaginosas se engloba dentro de los cultivos industriales, que registraron en 2022 un retroceso en volumen de su producción del 9,9% y una espectacular subida de precios de 33,5%, al igual que sucedió en el año anterior, según los datos publicados por el Ministerio de Agricultura.

En la campaña 2021/2022, la superficie destinada al cultivo de colza, soja y girasol sumó en conjunto

PRINCIPALES PRODUCCIONES OLEAGINOSAS EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2020	2021	2022
GIRASOL	883,1	760	793,8
SOJA	4,5	4,7	3,5
COLZA	195	237,1	267,2
TOTAL	1.082,6	1.001,8	1.064,5

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

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

	2020	2021	2022
MUNDO	49.130	56.950	51.660
UE	9.000	10.361	9.165
ESPAÑA	883,1	760	793,8

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

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

CCAA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	337,28	267,5	279,4
ARAGÓN	20	15,8	39,9
CASTILLA-LA MANCHA	133,32	121,6	96
CASTILLA Y LEÓN	358,27	330	329,9
CATALUÑA	5,6	3,2	4,6
COMUNIDAD VALENCIANA	0,8	0,6	0,7
EXTREMADURA	12,8	7,7	26
LA RIOJA	2,5	2,7	3,9
MADRID	1	0,3	0,9
NAVARRA	7,7	7	7
PAÍS VASCO	3,1	3,1	4,4
OTRAS CCAA	0,5	0,5	1,1
ESPAÑA	883,1	760	793,8

FUENTE: MAPA

725.000 hectáreas (2.000 más que en la anterior campaña), y la producción superó el millón de toneladas en total, volumen similar al anterior.

Por su lado, en la campaña 2022/2023 la superficie se incrementó hasta 1.005.000 hectáreas, mientras que la producción superó los 1,057 millones de toneladas.

La semilla oleaginosa que más se cultiva –y con mucha diferencia– es el girasol. En 2022 (campaña 2022/2023) se sembraron 880.000 hectáreas y la producción que-

dó en 793.800 toneladas, con unos rendimientos de 0,9 toneladas por hectárea. La producción de girasol esa campaña se incrementó un 4% respecto a la anterior.

Por su lado, en el sector de la colza se registró un aumento de producción del 13%, en consonancia con lo sucedido en los dos años anteriores. Al final, se recogieron en España 267.200 toneladas, en una superficie de 124.000 hectáreas. En los últimos años, la colza ha experimentado un gran desarrollo, especialmente en el centro del país.

Finalmente, la producción nacional de soja, que es muy minoritaria, al contrario de lo que sucede en la Unión Europea, también se redujo en la campaña 2022/2023. En concreto, se produjeron unas 3.500 toneladas, un 26% menos que un año antes, pero con unos rendimientos muy altos (2,7 toneladas por hectárea).

TORTAS Y HARINAS OLEAGINOSAS

Además de la producción de semillas, también hay en España una pequeña producción de harinas y tortas de semillas oleaginosas. En la campaña 2021/2022 (de julio a junio) la producción utilizable de estas tortas y harinas ascendió a algo más de 3,13 millones de toneladas, de las que 2,42 millones eran derivados de la soja; 596.000 toneladas del girasol y 109.000 toneladas restantes de la colza.

Por su parte, según los datos del Ministerio de Agricultura, en la campaña 2022/2023 la producción total utilizable se redujo a algo más de 2,99 millones de to-



neladas, de las que 2,26 millones correspondían a la soja; 627.000 toneladas al girasol y 111.000 toneladas a la colza.

COMERCIO EXTERIOR

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 grue-

PRODUCCIONES DE COLZA EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	73.590	74.890	88.130,00
UE	16.694	17.070	19.536
ESPAÑA	195	237,1	267,2

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS COLZA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	4,4	3,9	5,6
ARAGÓN	11,8	11,9	17,9
CASTILLA Y LEÓN	87,9	108	119,24
CASTILLA-LA MANCHA	32,4	32	26,9
CATALUÑA	27,4	42,4	50,2
EXTREMADURA	2,1	1,7	3
MADRID	2,6	4,9	4,4
NAVARRA	17,6	19,7	19,3
PAÍS VASCO	3	4,2	4,1
OTRAS CCAA	5,8	8,3	16,6
ESPAÑA	195	237,1	267,2

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE SOJA EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
MUNDO	368.596	359.846	369.570
UE	2.617	2.649	2.437
ESPAÑA	4,5	4,7	3,5

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE OLEAGINOSAS Y PRODUCTOS DERIVADOS (Miles de toneladas)			
IMPORTACIONES	2020	2021	2022
HABAS DE SOJA	3407	3654	3232
SEMILLAS DE GIRASOL	402,8	356	561,6
HARINA DE SOJA	23,4	24,7	16,4

FUENTE: DG Aduanas

so de las importaciones de estas semillas (cerca del 80%), procede de países terceros y el subgrupo habas de soja representa el 67% en valor del total de las importaciones del grupo de oleaginosas.

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.

En la campaña 2021/2022, las importaciones de semillas oleaginosas superaron los 4 millones de toneladas, muy por encima de la campaña anterior, de las que casi 3,5 millones eran semillas de soja (también mucho más que un año antes). Igualmente, en la campaña 2022/2023 se importaron 3,91 millones de toneladas (3,3 millones de soja, 550.000 de girasol y 60.000 de colza).

Asimismo, las importaciones de todas las tortas y harinas de semillas oleaginosas sumaron 3,35 millones de toneladas en la campaña 2022/2023, un volumen por debajo del importado en la campaña precedente. El grueso de estas importaciones (2,6 millones de toneladas) correspondieron a las harinas y tortas de soja.

Respecto a la exportación, los datos son muy poco representativos. La venta de semillas en la campaña 2021/2022 quedó en 167.000 toneladas y la de tortas y harinas en 435.000 toneladas, según datos del Ministerio de Agricultura. Por su lado, en la campaña 2022/2023 se exportaron 350.000 toneladas de tortas y harinas, además de 124.000 toneladas de semillas (la mayor parte de colza).

USOS Y DESTINOS DE LAS OLEAGINOSAS

La disponibilidad total de semillas oleaginosas en el mercado español durante la campaña 2022/2023 ascendió a 5,12 millones de toneladas, según las cifras que publica el Ministerio de Agricultura. En esta cifra están incluidas la producción de campaña, las existencias de la campaña precedente y las importaciones. De este volumen, se destinan al mercado nacional 4,7 millones de toneladas y de éstas, aproximadamente el 90% se destina a la industria y el resto a la alimentación animal y, en mucha menor medida, al consumo humano.

Por su parte, en la misma campaña había disponibles casi 6,4 millones de toneladas de harinas y tortas oleaginosas, de las cuales 5,9 millones de toneladas eran para el consumo interno y el resto para exportaciones.

OLEAGINOSAS EN LA UE

La Unión Europea produce unos 30 millones de toneladas de semillas oleaginosas al año y es tradicional-

mente un importador neto de estos cultivos porque la producción interna no sirve para abastecer la demanda. La mayoría de las semillas oleaginosas se tritura para producir aceites de uso alimentario o biocombustibles y también para hacer harinas destinadas a la alimentación animal.

La colza es la semilla oleaginosa que más se produce en la UE (casi el 59% del total), seguida del girasol y las habas de soja (a nivel mundial, la soja ocupa el primer puesto con mucha diferencia). A este respecto, la UE es el principal productor mundial de colza, con Francia y Alemania a la cabeza.

Actualmente no existen medidas de apoyo específicas para las semillas oleaginosas, pues cerca de dos tercios de lo que se consume en Europa cada año se produce también en la UE.

Sin embargo, para la alimentación animal la UE depende totalmente del mercado exterior, pues prácticamente la mitad de lo que se consume se tiene que importar a arancel cero desde terceros países.

En este sentido, las semillas oleaginosas se utilizan para alimentos, piensos, combustibles y otros fines industriales. La trituración de las semillas oleaginosas proporciona aceites vegetales y harina. El aceite vegetal se usa generalmente en la industria alimentaria o para producir biodiesel, mientras que las harinas de



semillas oleaginosas son un componente importante de la alimentación animal.

Alrededor de dos tercios de las semillas oleaginosas que se consumen en la UE cada año son de producción propia, pero la UE importa también cerca de la mitad de las harinas de semillas oleaginosas utilizadas anualmente en la alimentación animal.

En el conjunto de los Estados Miembros de la UE, la producción de oleaginosas en el año 2022 superó los 31,2 millones de toneladas, un 3% más que en el año anterior. La mayor cosecha en volumen fue la de colza y la menor, la de linaza.

En concreto, la producción de colza aumentó un 14% en 2022, pasando de 17 millones de toneladas, a 19,5 millones, según datos de la Comisión. Francia es el país con mayor producción de la UE, seguido de Alemania.

Por su lado, la cosecha de girasol quedó cerca de los 9,1 millones de toneladas, un 12% menos que un año antes. 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 2022 en 2,43 millones de toneladas, un 8% menos que un año antes. La superficie de soja en la UE es muy reducida y la mitad de la producción se localiza en Italia.

Finalmente, la producción de semilla de linaza ascendió a 84.000 toneladas, muy por debajo de la producción del año precedente, en el que también se produjo un incremento espectacular de la cosecha de la UE (más de 106.000 toneladas).

En la Unión Europea existe un déficit de suministro externo de tortas de oleaginosas, que junto con las harinas de pescado contribuyen al suministro de los productos proteicos consumidos por la extensa ganadería comunitaria.

La demanda anual de este tipo de productos ronda los 50 millones de toneladas, mientras que la producción comunitaria no llega ni a cubrir el 20% de esa cantidad. Asimismo, también hay una nueva dependencia de las oleaginosas foráneas para la obtención de biodiesel.

En la campaña 2021/2022 (que va de junio a julio del siguiente año) se importaron 22,6 millones de toneladas, entre semillas oleaginosas, aceites y harinas-tortas. En la campaña siguiente 2022/2023 las compras comunitarias descendieron hasta los 19,6 millones de toneladas, según los datos de la Comisión Europea. El grueso de las importaciones comunitarias es semilla de soja y los países a los que más oleaginosas compra la UE son Estados Unidos, Australia, Brasil, Ucrania y Rusia.

OLEAGINOSAS EN EL MUNDO

A nivel mundial, aproximadamente el 80% de la producción de oleaginosas corresponde a las cosechas de girasol, soja y colza. El 20% restante procede de las producciones de semillas de algodón, cacahuete, lino oleaginoso, etc.

La producción mundial de las principales semillas oleaginosas en 2022 se elevó a unos 640 millones de toneladas, un volumen superior al del año precedente.

La mayor parte de esta producción mundial de oleaginosas correspondió a la cosecha de semillas de soja (369,6 millones de toneladas, un 3% más que un año antes). La utilización principal de la soja es la fabricación de piensos para la alimentación animal.

Igualmente, la producción mundial de colza aumentó un 18% con respecto al año anterior, situándose en 88,1 millones de toneladas.

Por el contrario, fue inferior en 2022 la producción mundial de girasol, con 51,6 millones de toneladas, frente a los 57 millones de la campaña anterior.

En cuanto a la producción de harinas oleaginosas, en la campaña 2021/2022 se produjeron en el mundo unos 349 millones de toneladas y en la campaña 2022/2023, un total de 355 millones de toneladas. Más de la mitad de la producción eran harinas de soja.

Finalmente, en la campaña 2021/2022 la producción mundial de aceites oleaginosos ascendió a 207,7 millones de toneladas, un volumen superior al de la campaña precedente. En este caso, el grueso de la producción correspondió a aceite de palma (unos 73 millones de toneladas), seguido del aceite de soja (59,2 millones), del aceite de colza (29,1 millones) y de el de girasol (19,7 millones). Por su lado, en la campaña 2022/2023 la producción de estos aceites aumentó hasta los 216,7 millones de toneladas, de los que 77 millones eran aceites de palma, 58,7 eran de soja y 32,7 de colza. ■

ACEITES DE SEMILLAS

Los aceites vegetales de semillas son aquellos que proceden de frutos o semillas en condiciones que permiten obtener un producto bromatológicamente aceptable, obtenidos por extracción por procesos físicos, mediante acción mecánica o disolución por disolventes.

Estos aceites no pueden destinarse al consumo si previamente no han sido sometidos a un proceso de refinación. Los aceites vegetales de semillas se pueden comercializar bajo el nombre de la semilla de la cual proceden, siendo los más comercializados en nuestro país los siguientes: refinado de girasol; refinado de soja; refinado de germen de maíz y refinado de pepita de uva.

También se pueden comercializar con el nombre de aceite de semillas cuando esté constituido por la mezcla de dos o más aceites procedentes de las semillas antes mencionadas, según los datos de la Asociación Industrial de Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (ANIERAC).

Estos aceites también se pueden comercializar con la denominación genérica "aceite de semillas", cuando el aceite esté constituido por la mezcla de dos o más aceites procedentes de las semillas antes mencionadas.

Así, las empresas asociadas a ANIERAC comercializaron en 2022 cerca de 332,9 millones de litros de aceites vegetales, un 3,04% menos que un año antes. Este descenso se produjo tras los aumentos de años anteriores. La mayor partida en volumen comercializado fue

PRINCIPALES COMERCIALIZADORES DE ACEITE DE SEMILLAS ENVASADO EN EL MERCADO NACIONAL

EMPRESA	MILES DE LITROS
Sovena, S.A.	84.640
Aceites Abril, S.L.	39.856
Urzante, S.L.	33.500
F. Faiges, S.L.	31.000
Aceites del Sur-Coosur, S.A.	27.700
Deoleo, S.A.	16.765
Aceites Málaga S.L.	16.246
Grupo Borges (*)	14.506
Grupo Ybarra-Migasa	13.800
Aceites Albert, S.A.	12.727

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022

la del aceite de girasol. A mucha distancia se situaron las ventas del aceite de semillas refinado, el aceite de soja y el aceite de maíz.

Por su lado, las ventas de otros aceites vegetales (algodón, colza, pepita de uva y cacahuete) en el mercado español son muy minoritarias. A este respecto, el aceite de girasol representó en 2022 el 26,3% de todo el aceite consumido en los hogares españoles, ocupando el segundo puesto tras el aceite de oliva, según los datos del Panel de Consumo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA). Más concretamente, el consumo en los hogares de aceites de girasol descendió en volumen un 19,4% respecto a la cifra del año anterior. El consumo per cápita quedó en 2,71 litros al año, un 19,3% menos que en 2021.

En libre servicio (hipermercados y supermercados de más de 100 m²), el valor de las ventas de aceites de semillas llegó en 2022 hasta 181,1 millones de litros, con un valor de 412 millones de euros, según estimaciones de la consultora Circana. Con respecto al año anterior, se produjo una reducción del volumen comercializado, pero también un aumento espectacular del valor.

Dentro del libre servicio, según los datos de Circana, la marca de distribuidor (MDD) acaparó en 2022, casi 79% de la cuota en volumen y el 77% en valor. Ambos porcentajes fueron menores que los del año anterior.

En España, la valorización de los aceites de semillas resulta bastante difícil. El comportamiento del aceite de girasol en el mercado español constituye la contrapartida de lo que ocurre con el aceite de oliva: cuando este último incrementa sus ventas, las del otro disminuyen y a la inversa.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y el predominio de grandes grupos multinacionales constituyen los dos rasgos principales del sector empresarial español de aceites de semillas.

En este mercado, las marcas de distribución (MDD) son absolutamente hegemónicas. En este segmento de mercado (libre servicio), la primera oferta con marca de fabricante (MDF) se quedó con una cuota del 5,3% en volumen y del 8,1% en valor, mientras que la segunda en volumen llegó al 3,7% (3,1% en valor) y la tercera se situó en el 2,7% en volumen y el 3,6% en valor.

La principal empresa del sector comercializó en 2022 un total de 85 millones de litros, de los que 79,8 fueron aceites de girasol. Con respecto al año precedente, las ventas disminuyeron.

El segundo operador de este mercado se situó a mucha distancia del primero, con un total de 39,9 millones de litros de aceite comercializados (27,5 millones sólo de girasol) y el tercero, con 33,5 millones de litros (31,5 de girasol).

Respecto a la facturación, el primer grupo facturó ese año 805 millones de euros (incluidas las ventas de otras producciones, no sólo las de aceites de semillas). La segunda empresa del sector facturó 500 millones de euros y la tercera 275 millones (en ambos casos, también están incluidas las ventas de otros productos).

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones se han convertido en la auténtica válvula de escape para facilitar la comercialización de los excedentes de producción, pues el mercado nacional está ya muy maduro.

Durante 2022 las empresas exportaron algo más de 725.867 toneladas de aceites de semillas (girasol, col-

za, soja, lino, maíz y sésamo), un volumen muy inferior al del año precedente, según datos de Comercio.

Más concretamente, la exportación de aceite de soja ascendió a 380.907 toneladas, mientras que la exportación de aceite de girasol en dicho año se elevó a 296.465 toneladas, frente a las 216.697 del año anterior. El principal mercado de destino de las exportaciones de aceites de semillas fue Francia, seguido por Reino Unido y Portugal.

Por lo que hace referencia a las importaciones, en 2022 éstas alcanzaron los 1,07 millones de toneladas, muy por debajo del volumen de 2021. La principal partida importada fue la de aceites de girasol, con 720.946 toneladas, seguida del aceite de soja (201.411 toneladas) y del aceite de colza y nabina (141.483 toneladas). En estos datos no están incluidas las compras de aceite de palma.

Los países de procedencia de estos aceites fueron Indonesia, Países Bajos y Costa de Marfil, principalmente.

CONSUMO Y GASTO EN OTROS ACEITES

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 140,9 millones de litros de aceites que no son de oliva y gastaron 348,2 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,0 litros de consumo y 7,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al aceite de girasol (2,7 litros por persona y año), seguido del aceite de semilla (0,2 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de girasol concentra el 86,7%, con un total de 6,5 euros por persona, seguido del aceite de semilla, con un porcentaje del 8,0% y un total de 0,6 céntimos de euro por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN OTROS ACEITES DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL OTROS ACEITES	140,9	3,0	348,2	7,5
ACEITE DE GIRASOL	125,2	2,7	299,5	6,5
ACEITE DE MAÍZ	0,48	0,01	1,39	0,03
ACEITE DE SEMILLAS	9,0	0,2	28,8	0,6
ACEITE DE ORUJO	6,1	0,1	18,4	0,4



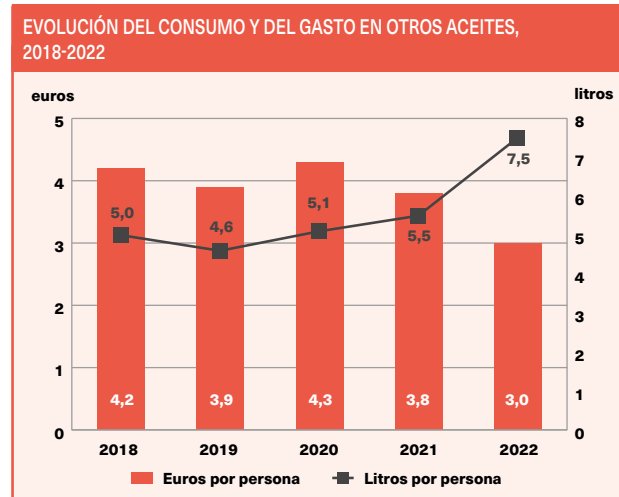
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de aceites que no son de oliva durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

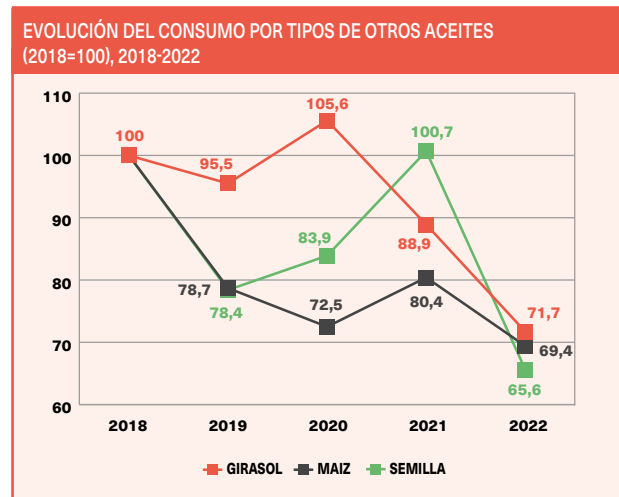
- Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase alta y media alta tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de aceites que no son de oliva, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de aceites que no son de oliva es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de aceites que no son de oliva es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de aceites que no son de oliva, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas formadas por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en municipios inferiores a 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 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 los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Castilla y León, y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Cantabria y Comunidad de Madrid.

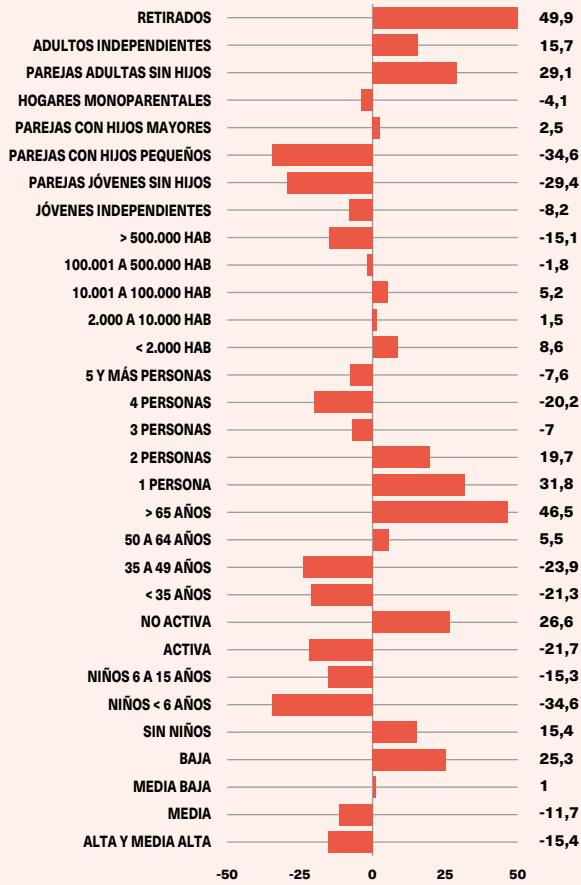
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos años, el consumo de aceites que no son de oliva se estaba minorando pero en el año 2020 se produjo un repunte motivado por los efectos de la COVID-19. Sin embargo, en los años 2021 y 2022 se ha producido un reajuste a la baja de la demanda. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se cifra en 4,3 litros por persona en el año 2020, mientras que el mayor gasto tiene lugar en el ejercicio 2022 (7,5 euros por consumidor).



En la familia de aceites que no son de oliva, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2018, el consumo de aceite de girasol, aceite de maíz y aceite de otras semillas registran descensos.

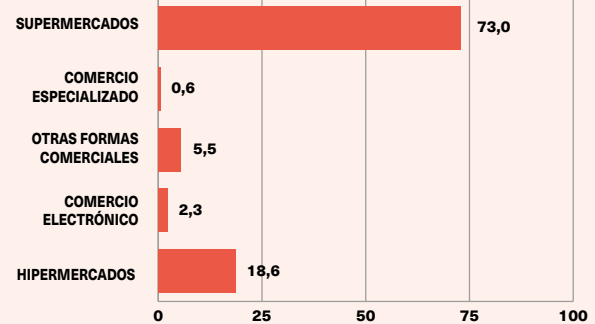


**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE OTROS ACEITES
EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)***


* Media nacional = 3,0 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceites que no son de oliva a los supermercados (73,0% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 18,6%, seguido del comercio especializado, con 0,6%. El comercio electrónico con 2,3% y las otras formas comerciales con 5,5% completan la cuota restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE OTROS ACEITES
POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022**


MARGARINA

La margarina es una sustancia grasa, de consistencia blanda, que se extrae de ciertas grasas animales y, especialmente, de aceites vegetales. Sus usos son similares a los de la mantequilla. Sin embargo, en los últimos años, las ventas de margarina en España han ido descendiendo progresivamente, en consonancia con la caída de la producción.

En 2022, según los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), se produjeron 25.313 toneladas (no está incluida la margarina líquida), que comparadas con la producción del año anterior supusieron una caída del 46,7%. El valor de esta producción fue de 41,7 millones de euros. (28 millones menos que en el año anterior). A esta producción se le sumaron otras 13.837 toneladas de margarina líquida y otras preparaciones comestibles de grasas y aceites.

Dentro del mercado de las margarinas, las que tienen un mejor comportamiento son las vegetales (girasol principalmente), que acaparan el 80% de las ventas. A mucha distancia de éstas se sitúan las margarinas de maíz, soja, etc.

Las margarinas normales suponen casi el 90% de las ventas totales, mientras que las llamadas "ligeras" representan el restante 10%.

Por su lado, las marcas de distribución (MDD) acaparan más del 21% del total de las ventas en volumen de margarinas.

En cuanto al comercio, según los datos de Aduanas en 2022 aumentaron las exportaciones hasta 136.312 toneladas (margarinas, mezclas y preparados), mien-



tras que las importaciones descendieron hasta 60.275 toneladas. Más concretamente, las ventas al exterior sólo de margarina sólida fueron 35.700 toneladas y las compras 30.566 toneladas.

La pérdida de cuota de mercado en el segmento de las margarinas la está ganando la mantequilla, que en 2022 incrementó su producción un 1,5% hasta los 53,6 millones de kilos, de acuerdo con los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos que elabora el INE. Igualmente, el valor generado por esta producción fue muy superior al del año precedente (378 millones de euros) ■

CONSUMO Y GASTO EN MARGARINA

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 22,9 millones de kilos de margarina y gastaron 104,5

millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,5 kilos de consumo y 2,3 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN MARGARINA DE LOS HOGARES, 2022				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL MARGARINA	22,9	0,5	104,5	2,3
MARGARINA LIGHT	4,3	0,1	13,3	0,3
MARGARINA BAJA EN COLESTEROL	1,1	0,0	11,7	0,3
MARGARINA ENRIQUECIDA	19,4	0,4	85,0	1,8

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

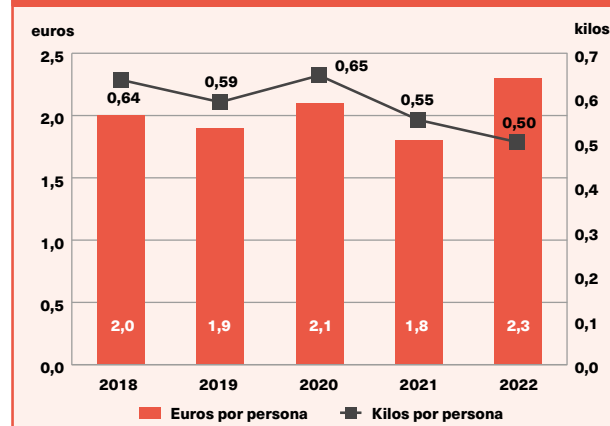
En términos per cápita, el consumo de margarina durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

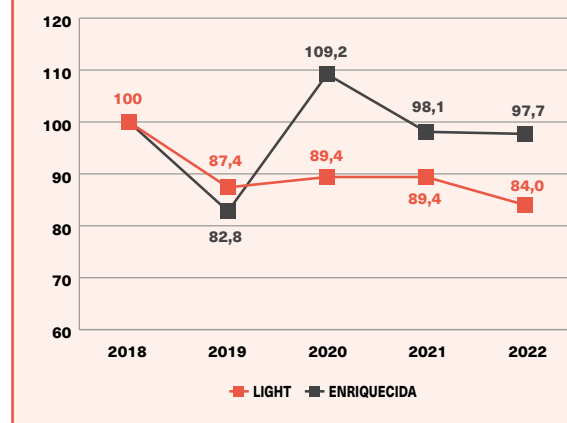
Durante los últimos años, el consumo de margarina estaba descendiendo pero en el año 2020 se produce un ascenso motivado por el COVID-19, que se ha ajustado a la baja durante los ejercicios 2021 y 2022. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (0,65 kilos), mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el ejercicio 2022 (2,3 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN MARGARINA, 2018-2022

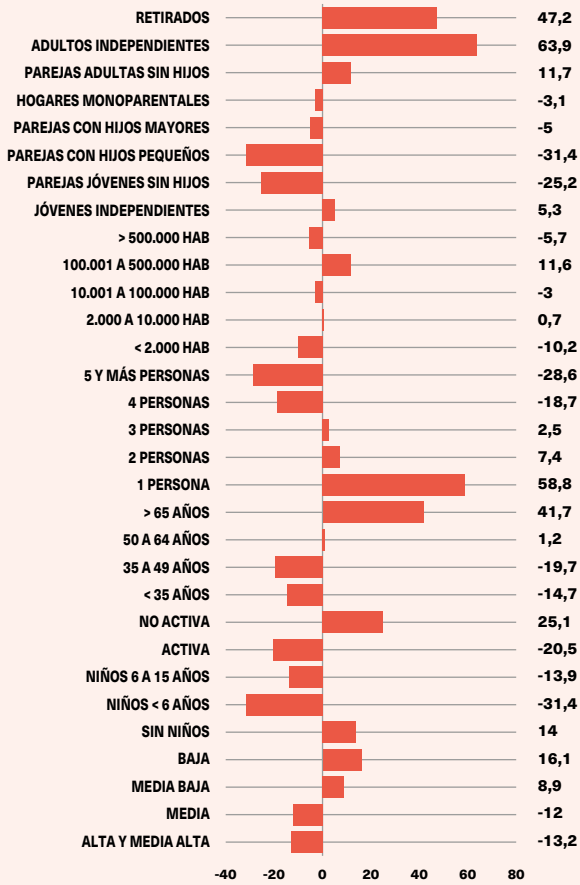


En la familia de margarinas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 venía siendo similar para ambos tipos de producto pero en el año 2020 se produce una diferenciación con el repunte de la margarina enriquecida aunque vuelve a compensarse con una reducción en el año 2021. Respecto a la demanda de 2018, en el consumo de margarina enriquecida y de margarina light se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE MARGARINA (2018=100), 2018-2022



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

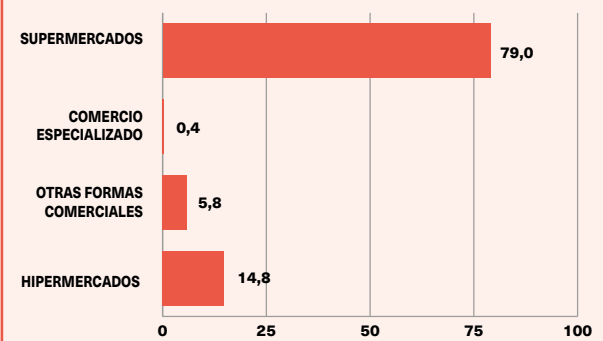


* Media nacional = 0,5 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de margarina a los supermercados (79,0% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 14,8% y los establecimientos especializados llegan al 0,4%. Las otras formas comerciales suponen el 5,8% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MARGARINA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



AZÚCAR



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.

En sus diversas formas (líquido, en grano, etc.), el azúcar es un ingrediente fácilmente reconocible por los consumidores. Su papel en el mundo de la industria alimentaria es muy importante, pues además de endulzar y aportar energía, 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.

Históricamente, la producción de azúcar va unida al cultivo de la caña, pues la extracción del azúcar de la remolacha azucarera no se desarrolló hasta principios del siglo XIX. Ese desarrollo sirvió para garantizar en Europa continental una cierta independencia respecto al abastecimiento de azúcar.

PRODUCCIÓN DE AZÚCAR EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

CCAA	2020/2021	2021/2022	2022/2023
MUNDO	169.032	173.000	180.000
UE	14.546	16.623	14.660
ESPAÑA	398	410	340

Fuentes: MAPA, USDA y Comisión Europea (producción de campaña).

También en España no fue hasta finales del siglo XIX cuando se empieza a considerar el inicio de una industria azucarera propiamente dicha.

Con el paso del tiempo, se han ido alcanzado mayores rendimientos por hectárea debido a la tecnificación del cultivo de la remolacha, la utilización de semillas mejoradas, el control de plagas y enfermedades, etc.

Los dos cultivos que mayoritariamente se destinan en el mundo a la producción de azúcar son la caña y la

remolacha. Aproximadamente, más del 80% del azúcar que se consume procede ya de la caña azucarera, pues el cultivo de la remolacha va perdiendo peso de año en año, aunque en Europa sigue siendo el principal.

A este respecto, en España la única materia prima de la que se obtiene el azúcar es la remolacha azucarera, pues la caña dejó de cultivarse hace ya muchos años.

REMOLACHA AZUCARERA

La remolacha es una planta de ciclo bianual. En el año de siembra forma un abundante aparato foliar y acumula sacarosa en la raíz principal, mientras que en el segundo año, tras la “vernalización”, emite las flores y fructifica. Para la producción de azúcar interesa sólo la fase vegetativa (primer año), siendo lo adecuado recolectar cuando tiene lugar el máximo de acumulación de sacarosa en la raíz.

De la remolacha, que está compuesta por un 75% de agua y un 18% de azúcar, se obtienen también otros subproductos que suponen un alto valor añadido para la alimentación animal y vegetal. Así, por ejemplo, la pulpa de remolacha prensada se utiliza como alimento para el ganado porque es rica en fibra y vitaminas.

Puede consumirse bien como un producto fresco o bien conservarse ensilada durante meses tras ser secada en secaderos o mediante secado solar.

Mientras que la remolacha es un cultivo más propio de países situados en climas más templados e incluso fríos, la caña de azúcar se cultiva principalmente en países de clima tropical.

PRODUCCIÓN DE AZÚCAR

El proceso de producción del azúcar consiste en su extracción de la pared celular de la remolacha o de la caña, a base de agua muy caliente a contracorriente.

Por su parte, el proceso de depuración del color consiste en la eliminación de aquellas partes consideradas “no azúcares” y se realiza a partir de la aplicación de coadyuvantes tecnológicos que no están presentes en el producto final.

En función del grado de depuración del color se obtiene un producto más o menos blanco o incluso moreno en diversas coloraciones.

Además de azúcar, los principales productos que se obtienen de la caña son las melazas y el bagazo. Las melazas se forman al final del proceso de cristaliza-

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE REMOLACHA AZÚCARERA Y AZÚCAR REFINADO (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2020/2021	2021/2022	2022/2023
REMOLACHA	2.432,8	2.506,3	1.978,9
AZÚCAR PRODUCIDO	398	410	340

Fuentes: MAPA, USDA y Comisión Europea (producción de campaña).

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE REMOLACHA AZÚCARERA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2020/2021	2021/2022	2022/2023
ANDALUCÍA	545,4	565,6	531,2
CASTILLA Y LEÓN	2.010	1.773,8	1.351,5
LA RIOJA	89,4	47,8	64,3
NAVARRA	27,3	6,9	17,3
PAÍS VASCO	101,2	110,7	90,7
OTRAS CCAA	1,8	1,2	1
TOTAL ESPAÑA	2.775	2.506,3	1.978,9

Fuente: MAPA

ción del azúcar, debido a que no toda la sacarosa contenida en los jugos de la caña resulta cristalizabile (lo mismo ocurre en la remolacha) a casusa de que contiene lo que se conoce como impurezas salinas y proteicas. Por su lado, el bagazo, se quema en las calderas de las azucareras para la producción de energía.

Además de la sacarosa (azúcar que se encuentra en el jugo de muchas plantas y se extrae especialmente de la caña dulce y de la remolacha), en la industria alimentaria se utilizan muchos tipos de azúcares. El uso alimentario de los distintos tipos de azúcares se encuentra regulado en la Directiva 2001/111/CE del Consejo, de 20 de diciembre de 2001 (LCEur 2002, 54) recogida en el derecho español en el Decreto 1052/2003, de 1 de agosto. RCL 2003\2004).

REMOLACHA EN ESPAÑA

Actualmente, la remolacha azucarera se cultiva en España en Castilla y León, Andalucía, La Rioja y el País Vasco, aunque hace años también había cultivo en otras regiones.

La superficie cultivada de remolacha azucarera en España en el año 2022 se redujo un 19%, hasta las 23.800 hectáreas. De esta cifra total, 16.000 hectáreas correspondieron a las siembras en la zona norte y el resto a las de Andalucía.

En este sentido, el grueso de la producción de remolacha azucarera se cultiva en la zona norte del país y se recoge en los meses de otoño e invierno. No obstante,

también hay una importante producción de recogida en los meses de verano, en el sur del país.

Castilla y León ha estado a la cabeza de los rendimientos por hectárea sembrada de remolacha en la Unión Europea hace unos años y actualmente se mantiene entre las más productivas.

En la campaña 2021/2022, la producción nacional de remolacha azucarera se situó en torno a 2,5 millones de toneladas, un 3% más que en la campaña anterior. Por el contrario, en la campaña 2022/2023 la producción de remolacha fue menor, pues se recogieron 1,98 millones de toneladas, según los datos del Ministerio de Agricultura.

Diferenciando por regiones, de la producción total de remolacha en la campaña 2022/2023 correspondieron a Castilla y León el 68,3% a Andalucía el 26,8%; al País Vasco el 4,6%, a La Rioja el 3,2% y a Navarra el 0,9%.

PRODUCCIÓN Y COMERCIO DEL AZÚCAR

Como consecuencia, principalmente, de la mayor producción de remolacha, en la campaña 2021/2022 la producción nacional de azúcar quedó en 410.000 toneladas, un 3% más que en la campaña precedente.

Por su parte, en la campaña 2022/2023 la producción de azúcar se redujo en España hasta las 340.000 toneladas, debido a la caída de la producción de remolacha azucarera.

Al año se utilizan en España cerca de 1,3 millones de toneladas de azúcar. La producción de azúcar de remolacha de cultivo nacional sólo permite suministrar una parte, por lo que es necesario importar gran cantidad de azúcar.

En este sentido, la industria tiene que importar azúcar procedente de la caña de otros países donde se



dan las condiciones climatológicas para su cultivo, pues hace mucho tiempo que no hay cultivo de caña en toda la Península Ibérica. Asimismo, otros productores europeos también venden sus producciones en nuestro país para satisfacer las necesidades de demanda.

COMERCIO DEL AZÚCAR

En cuanto al comercio exterior, España es netamente deficitaria en el sector del azúcar. Según los datos del Departamento de Aduanas, se importaron en 2022 algo más de 1.422.500 de toneladas de azúcar (caña, remolacha, otros azúcares y melaza), un 16% más que en el año anterior, en el que las compras se habían incrementado también un 6%.

El valor de estas compras superó los 816,6 millones de euros, también muy por encima del año anterior. El grueso de estas compras fueron azúcar de caña y de remolacha (algo más de un millón de toneladas).

Respecto a las exportaciones, en volumen sumaron 89.000 toneladas, según datos de Aduanas, un 4% por menos que el año precedente. El valor de esas ventas fue de casi 66 millones de euros, 12 millones más que un año antes.

Prácticamente el 60% de las importaciones españolas de azúcar proceden de la Unión Europea. Nuestros tres principales proveedores de azúcar son Francia, Portugal y Cuba.

En el caso de las exportaciones, un 90% del total exportado se dirige hacia otros países de la Unión Europea, entre los que ocupan los primeros lugares Portugal y Francia.

AZÚCAR EN LA UNIÓN EUROPEA

La producción de azúcar en la Unión Europea tiene mucha más importancia económica que en España. De hecho, la Comisión Europea separa esta producción agrícola del resto de cultivos industriales a la hora de calcular su aportación a la renta agraria anual, algo que en España no se hace pues se incluye dentro de los llamados "cultivos industriales".

Anualmente la remolacha azucarera aporta a la Producción Final Agraria de la UE un 0,5% y el valor generado a efectos de calcular la renta agraria comunitaria ronda los 1.800 millones de euros.

Todo el azúcar que se produce en la UE proviene del cultivo de la remolacha, pues la caña de azúcar prác-

ticamente ha desaparecido, con excepción de la producción de los territorios franceses de ultramar. Por ello, la UE es el mayor productor mundial de azúcar de remolacha, con alrededor del 65% del total.

La superficie dedicada al cultivo de remolacha azucarera en las últimas campañas se ha mantenido en torno a los 1,6 millones de hectáreas, si bien en la campaña 2021/2022 esta cifra se redujo hasta 1,4 millones hectáreas y en la campaña 2022/2023, descendió hasta los 1,34 millones de hectáreas. Hay que tener en cuenta la salida de la UE del Reino Unido para entender mejor la rebaja de estas superficies.

Hay seis países que cuentan con el grueso del cultivo. En este sentido, 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 campos de producción son más competitivos en el norte de Francia, Alemania y Polonia, pero en los últimos años España ha conseguido tener mejores rendimientos por hectárea sembrada.

La UE también tiene una importante industria del refinado del azúcar de caña en bruto, que tiene que importar de países terceros para luego transformarla.

En la campaña 2021/2022, la producción comunitaria de azúcar aumentó hasta los 16,6 millones de toneladas, según los datos publicados por la Comisión Europea. Por su lado, en la campaña 2022/2023 descendió la producción comunitaria de azúcar hasta 14,6 millones de toneladas, (en ambas campañas no están incluidas las producciones de Reino Unido, por su salida de la UE).

Por países, Francia y Alemania lideran la producción comunitaria de azúcar con mucha diferencia respecto al resto. También es importante la producción en Polonia y Países Bajos.

Con relación al consumo de azúcar en la UE, en la campaña 2021/2022 se produjo un ligero incremento a nivel interno, hasta los 15,1 millones de toneladas. Por su lado, en la campaña 2022/23 el consumo interno volvió a descender hasta los 14,8 millones, según estimaciones de la Comisión Europea.

El grueso de este volumen es para el consumo humano y el resto es para usos industriales y para la producción de bioetanol. La UE es el segundo consumidor mundial de azúcar, por detrás de India, que consume más de 25 millones de toneladas de azúcar al año.

En cuanto al comercio exterior, las importaciones de azúcar y productos procesados relacionados con el azúcar ascendió en la campaña 2021/2022 a 2,3 millones de toneladas. Por su parte, en la campaña 2022/23 aumentaron las importaciones hasta los 3 millones de toneladas.

La UE importa grandes cantidades de caña de azúcar para abastecer las necesidades del mercado interno. De hecho, es junto a China e Indonesia, los países que más azúcar de caña en bruto importan. Principalmente, la UE importa caña de azúcar para refinar procedente del área de países ACP (África, Caribe y Pacífico) y, en menor medida, de los países menos adelantados (PMA) en virtud de acuerdos preferenciales.

Además de importar azúcar de caña, la UE tiene que comprar fuera anualmente melazas y pulpas derivadas de la remolacha azucarera para alimentación animal y para la industria química.

En cuanto a las exportaciones, en la campaña 2021/2022 se vendieron en el exterior hasta 3,5 millones de toneladas, la mayor parte en productos procesados. Este volumen fue superior al de la campaña anterior. Para la campaña 2022/2023, se estimaban unas ventas de 3,1 millones de toneladas.

EL AZÚCAR EN EL MUNDO

Aunque en Europa el cultivo de la caña de azúcar ha desaparecido, a nivel mundial la producción de azúcar de caña ha aumentado significativamente en detrimento de la de remolacha.

Por su parte, la producción mundial de azúcar en la campaña 2020/2021 se situó en 173 millones de toneladas, un 2,3% que en la campaña precedente. En sentido contrario, la producción mundial de azúcar para la campaña 2022/2023 siguió subiendo en consonancia con el aumento de la demanda mundial y superó los 180 millones de toneladas.

A nivel mundial los dos países que más azúcar producen son India y Brasil, que dependiendo de las condiciones climáticas o de la demanda de caña de azúcar para la producción de biocombustibles se alternan en la primera posición del ranking mundial.

India es también el primer país del mundo en consumo de azúcar en alimentación humana y además, cada año incrementa su demanda. Por detrás de este país se sitúan la Unión Europea (con un consumo en alimentación más o menos estable), China y Estados Unidos. ■

AZÚCAR

El sector industrial del azúcar tuvo un buen balance en 2022 gracias a la subida de los precios, al aumento de la producción y a la recuperación del mercado. Las empresas del sector realizaron un gran esfuerzo para adaptar su actividad a las circunstancias y mantener los servicios tanto para los clientes (abastecimiento del mercado), como para los agricultores que son sus principales proveedores de materia prima (remolacha azucarera).

Según los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el INE, en 2022 se produjeron en España un total de 631.345 toneladas de azúcar blanquilla, por un valor de 345,2 millones de euros. Comparando estas cifras con las del año precedente, hay un aumento en el volumen del 33% y un incremento en el valor del 58%.

Además de este volumen, las industrias produjeron 682 toneladas de azúcar con aromatizantes, colorantes, etc. (incluido jarabe de arce), así como también melazas de remolacha (141.430 toneladas) y pulpa de remolacha (290.109 toneladas).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el sector del azúcar hay únicamente tres empresas productoras en España y una de ellas es además la asociación entre dos grupos cooperativos: uno español y otro francés.

También operan en el sector varias empresas que se dedican al envasado de azúcar y hay algunas compañías que sacan al mercado edulcorantes de manera industrial.

La empresa líder en el sector de azúcar (AB Azucarera Iberia) tiene 120 años de antigüedad y forma parte de un grupo multinacional, AB Sugar Company, que a su vez es parte de Associated British Foods plc (ABF). El grupo, que es una de las empresas líderes en el sector del azúcar a nivel mundial, cuenta con 27 plantas de producción, distribuidas en 10 países de 4 continentes. El grupo cuenta con una producción de azúcar total que ronda los 4,5 millones de toneladas al año y da empleo a más de 32.000 personas.

Según datos de la propia empresa, su negocio es fabricar y vender azúcar, pero también otros productos que no tienen relación con este mercado (alimentación animal, bioetanol, etc.).

En España, Azucarera extrae azúcar de la remolacha que siembran agricultores de Castilla y León, Andalucía, La Rioja, Navarra y País Vasco. En 2022 aumentó su facturación como empresa hasta los 441,9 millones de euros,

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AZÚCAR Y EDULCORANTES

EMPRESA	Mill. Euros
AB Azucarera Iberia, S.L.	441,93
S. Coop.General Agropecuaria (ACOR) * (2)	317
ACOR & Tereos Iberia, S.A. (ATISA)*	220
Zukan, S.L. *	133,9
Jesús Navarro, S.A. *	88
Promoción Mercantil Catalana,S.A (Promerca)*	14,6
Galan Invest	14,5
Cortes Bartolomé, S.L. *	11
BS Edulcorantes *	10,22
Azúcares Antoñin, S.L	4
Envasados Segovia.	1,7

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye la facturación de otras producciones. (2) Incluye la parte correspondiente en ATISA& Tereos y en otras empresas.

La empresa desarrolla también novedades como el azúcar de coco, el azúcar ecológico de caña o el azúcar extrafino.

La segunda compañía dentro del sector azucarero es la cooperativa de Castilla y León ACOR, que fue fundada en. Actualmente, ACOR cuenta con unos 4.000 socios agricultores y tiene una destacada presencia en los sectores de producción y comercialización de remolacha y azúcar, así como también en la producción de colza y girasol.

Además del negocio del azúcar, la cooperativa participa en varias empresas relacionadas con la alimentación animal (transformación de la melaza de la remolacha), la elaboración de aceites alimentarios de girasol y la producción de trigo "fuerza" en Rumania.

La cifra de negocio directa de ACOR en 2022 ascendió a 317 millones de euros (muy por encima del año anterior). ACOR participa también en otra empresa del sector: ATISA (ACOR&Tereos Iberia, S.A). Esta empresa es una comercializadora de azúcar en la que participan las cooperativas ACOR y TEREOS (Francia), que también son socias en la empresa Refinería de Olmedo (ROLSA), dedicada a la producción del azúcar.

El resto de las empresas destacadas en el sector trabajan con azúcar importada y constituyen una mezcla de empresas especialistas españolas y de filiales de compañías multinacionales.

EDULCORANTES

Tras haber ganado presencia en los últimos años, los edulcorantes registraron una importante caída del consumo dentro de los hogares españoles. La directriz de la Organización Mundial de la Salud (OMS) desaconseja-

do su consumo como método para controlar el peso y reducir el riesgo de enfermedades no transmisibles (ENT), pudo haber influido en esa caída del consumo.

Según los datos del Panel de Consumo que elabora el Ministerio de Agricultura (MAPA), el consumo de edulcorantes en 2022 en los hogares españoles se redujo

en volumen un 8,2% respecto al dato de 2021. Se consumieron en total 4,8 millones de kilos, por un valor de 63,9 millones de euros (un 0,4% menos).

El gasto medio aproximado por persona en la compra de edulcorante fue de 1,38 euros en 2022, mientras que el consumo per cápita quedó en 0,10 kilos. ■

CONSUMO Y GASTO EN AZÚCAR

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron un total de 120,3 millones de kilos de azúcar y gastaron 140,3 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 2,6 kilos de consumo y 3,0 euros de gasto. En cuanto a los edulcorantes, el

consumo total en hogares alcanzó los 4,8 millones de kilos y se gastaron 64,0 millones de euros en este producto; en términos per cápita, se llegó a 0,1 kilos de consumo y 1,4 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN AZÚCAR Y EDULCORANTES DE LOS HOGARES, 2022

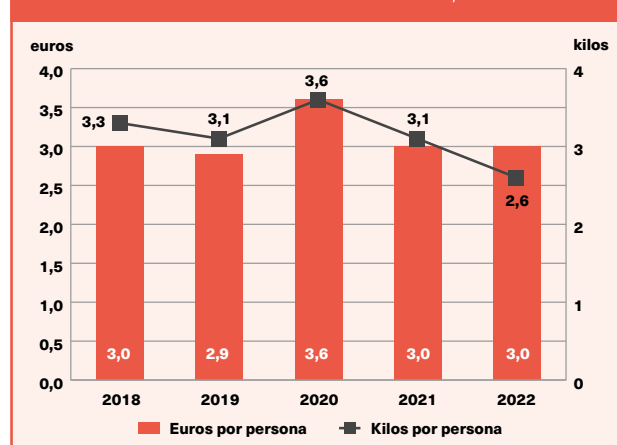
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL AZÚCAR	120,3	2,6	140,3	3,0
TOTAL EDULCORANTE	4,8	0,1	64,0	1,4
STEVIA	0,6	0,01	16,8	0,4

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

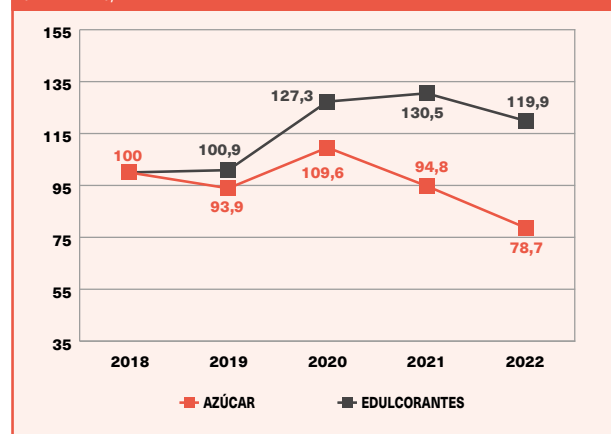
Durante los últimos años, el consumo de azúcar estaba descendiendo pero en el año 2020 se produce una recuperación motivada por los efectos de la COVID-19. En los dos ejercicios siguientes, el consumo vuelve a retroceder mientras que el gasto también vuelve a los valores previos a la pandemia. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (3,6 kilos), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2020 (3,6 euros por consumidor).

En la familia de azúcar y edulcorantes, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 era descendente para ambos productos pero existe un repunte en el ejercicio 2020 motivado por los efectos de la COVID-19. Sin embargo, en los dos últimos años, la demanda de azúcar se reduce mientras que los edulcorantes también siguen esa misma tendencia. Respecto a la demanda de 2018, el consumo de edulcorantes es superior pero en el caso del azúcar se ha producido un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN AZÚCAR, 2018-2022



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE AZÚCAR (2018=100), 2018-2022



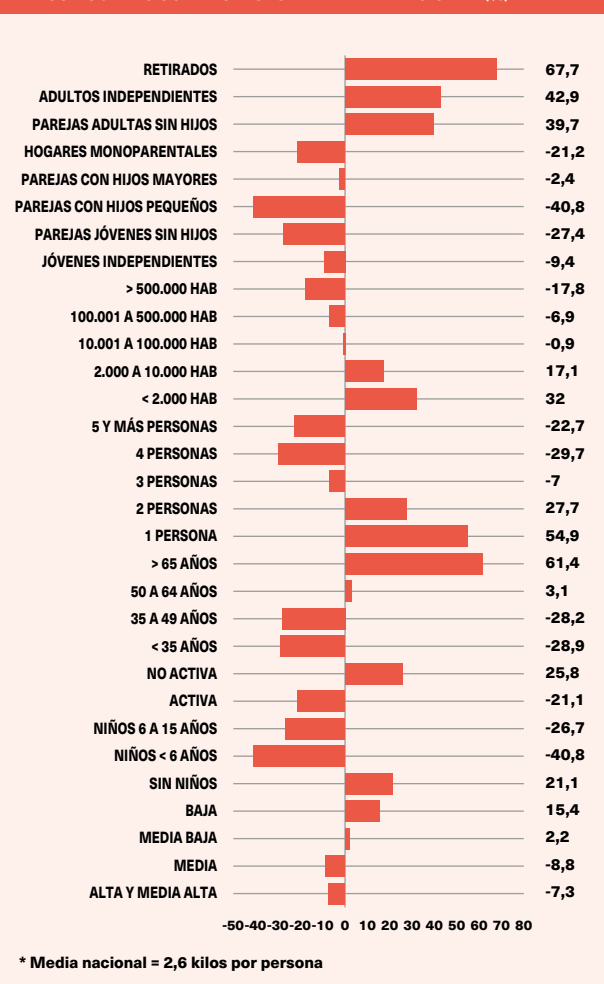
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de azúcar durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de azúcar, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de azúcar es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de azúcar es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de azúcar, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas formadas por cuatro miembros.

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

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

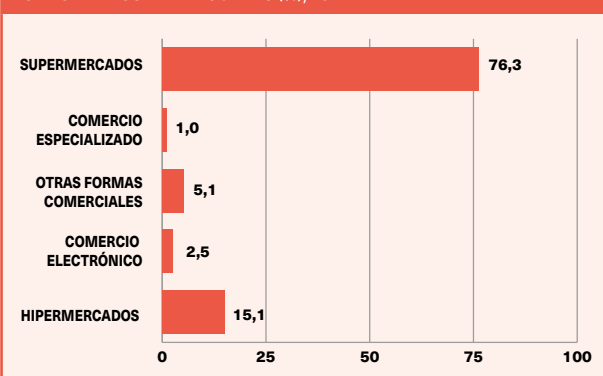


CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de azúcar a los supermercados (76,3% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 15,1% y el establecimiento especializado el 1,0%, mientras que comercio electrónico llega al 2,5% y las otras formas comerciales concentran el 5,1% restante. ■



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE AZÚCAR POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



CARAMELOS

El Panel de Consumo que publica el Ministerio de Agricultura apunta a que el consumo fuera del hogar de caramelos y chicles durante 2022 aumentó ligeramente. Asimismo, la producción industrial de estos productos se disparó de nuevo y las exportaciones volvieron a crecer, por lo que el balance del año para el sector fue positivo.

Según los datos de PRODULCE, la asociación española que integra a las industrias del dulce (incluidas las principales empresas productoras de caramelos), el sector de los caramelos y chicles aportó en 2022 el 17,2% de toda la facturación del sector del dulce en valor y el 19,2% en volumen.

Por su parte, de acuerdo con los datos de la Encuesta Industrial de Productos que elabora el INE, la producción de caramelos en 2022 se volvió a disparar con relación al año anterior. Se produjeron en total 69.366 toneladas (un 46% más que en 2021), por un valor de 240,5 millones de euros (un 28% más). El grueso de la producción (66.007 toneladas) eran caramelos de azúcar cocido, incluidos los rellenos.

Por su lado, las cifras de PRODULCE (que hacen referencia a las industrias integradas en la asociación) apuntan a que el 72,6% del volumen producido fueron caramelos blandos; el 18,7% duros y el 8,7% chicles.

Además de los caramelos, en 2022 la producción de gomas y otros artículos producidos a base de gelificantes (incluidas las pastas de fruta) sumaron 264.273 toneladas, por un valor de 706 millones de euros, según el INE. Estas cifras fueron espectacularmente mayores que en 2021, algo que ya es una tradición en este sector.

En España las tendencias de consumo de caramelos y chicles han variado de forma muy notable. De unas ofertas dirigidas preferentemente al público infantil, hemos pasado a un mercado orientado hacia un consumidor adulto, que apuesta por productos sin azúcar, saludables, funcionales y más naturales.

Del consumo total en volumen, más del 62% corresponde a caramelos blandos; un 21% a los duros y el resto a los chicles.

El consumo de caramelos y chicles en España lleva creciendo de manera muy importante en estos últi-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONFITERÍA

EMPRESA	Mill. Euros
Sánchez Cano, S.A. (Golosinas Fini) - Grupo	360
Ferrero Ibérica, S.A. *	292,1
Lacasa, S.A. - Grupo *	208,36
Haribo España, S.A.U.	170
Vidal Golosinas, S.A. - Grupo	145
Chupa Chups, S.A.U.*	112
Mars Multisales Spain, S.L. (División Confitería) *	85
Mondelez España - División Confitería	46,2
Cantalou, S.A. *	36
The Candy & Toy Factory, S.L	29,2

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

mos años, pero todavía estamos lejos de los niveles de buena parte de los países de nuestro entorno. Así, el consumo nacional está en torno a 3,2 kilos de chicles y caramelos por persona y año, por un valor ligeramente superior a los 18 euros anuales. Estas cifras son muy inferiores a las de otros países como Noruega o Reino Unido, aunque también hay otros como Francia o Portugal cuyo consumo en valor está por debajo del de España.

Una de las características de este mercado es su alto grado de innovación y presentación de nuevos productos. Recientemente han aparecido en el mercado ofertas como las golosinas veganas y las ecológicas. Las ofertas de calidad Premium, junto a formatos que facilitan un consumo más moderado, están también imponiéndose.

Asimismo, en las áreas urbanas se han multiplicado las tiendas especializadas en este tipo de productos destinadas a un público adulto.

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Según los datos de PRODULCE, durante el año 2022 el 48,1% del consumo de todos estos productos se distribuyó por el canal alimentación, mientras que el 51,9% lo hizo por el canal "impulso", que está compuesto por algo menos de unos 300.000 puntos de venta, entre los que aparecen quioscos, tiendas de venta al peso, panaderías, máquinas especiales en cafeterías y bares, estancos, gasolineras, puestos

en mercadillos, etc. En relación a 2021, aumentó la cuota del canal alimentación, en detrimento del canal "impulso".

Una característica de las ofertas comercializadas en el canal "impulso" es el tamaño más pequeño de sus formatos, lo que provoca una gran diferencia de los precios medios de venta.

Se considera que hay unas 500 empresas distribuidoras especialistas para abastecer a esta enorme variedad de establecimientos. En la mayor parte de las ocasiones son empresas de pequeño tamaño, ya que únicamente menos de una decena tienen unos volúmenes de venta superiores a los seis millones de euros anuales.

Durante los últimos años, la distribución organizada ha adquirido una gran importancia en la venta de caramelos y chicles. Hoy en día los hipermercados y supermercados acaparan el 46% del total de ventas en valor de estos productos.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración empresarial y la presencia de grandes grupos multinacionales son los dos rasgos que más definen a la estructura del sector empresarial de este subsector. Los cinco primeros fabricantes, entre los que se encuentran cuatro filiales de compañías multinacionales, acaparan cerca del 55% de todas las ventas.

No obstante, la gran volatilidad de las demandas y la variabilidad de los gustos está permitiendo que grupos de tamaño medio tengan su oportunidad en el mercado, ya que muestran una mayor capacidad de reacción y adaptabilidad, lo que les hace arañar cuotas de mercado.

La facturación total de las empresas del ramo integradas en PRODULCE ascendió a 1.163,4 millones de euros, un 24,6% más que en el año anterior. Estas empresas sacaron al mercado una producción de 305.300 toneladas de caramelos y chicles.

Cataluña es la comunidad autónoma donde se encuentra radicado un mayor número de estas empresas, con una cuota que ronda el 30% del total. Sin embargo, entre las primeras empresas del sector se encuentran varias de Murcia.

Las marcas de distribución (MDD), que en los últimos años habían estado conquistando cuota de mercado, se estancaron en 2022.



COMERCIO EXTERIOR

El subsector de los caramelos y chicles volvió a ser en 2022 el más exportador dentro de la industria del dulce. De acuerdo con los datos de PRODULCE, que hacen referencia a las empresas inscritas en la asociación, aumentaron las exportaciones en valor un 31,2% (en el año anterior lo habían hecho un 20%), hasta alcanzar los 641,7 millones de euros. En volumen, ese incremento fue inferior (17,5%, con unas ventas de 218.800 toneladas).

Ese año, según PRODULCE, también aumentaron las importaciones: un 34% en valor y un 19,1% en volumen. Se importaron 24.900 toneladas por un valor de 100,8 millones de euros.

El mercado de la UE constituye el principal mercado de destino de estas exportaciones, con el 57,9% del valor total de las exportaciones en 2022, según datos de PRODULCE. A continuación están América, con una cuota del 27,2%, Asia (11,2%), África (2,2%) y el resto de los países del mundo (1,5%).

Con relación al año anterior, en 2021 crecieron las ventas a Europa (1,7%) y Asia (1,6%), al tiempo que retrocedieron las de África (1,1%) y América (1,9%)

Por países, Estados Unidos se consolidó como el primer destino de estas exportaciones y además registró un aumento en 2022, pese a que las ventas totales al continente americano retrocedieron.

El segundo país en importancia para este mercado es Francia, seguido de Alemania, Reino Unido e Italia.

En cuanto a la procedencia de las importaciones, casi el 91% de todo lo que se compró en 2022 procedió del mercado comunitario. Alemania destacó como principal proveedor, seguido de Países Bajos y Francia. Otros países europeos a los que España compró chicles y caramelos fueron Polonia y Bélgica. Por su lado, los países terceros que más vendieron a España fueron China y Turquía. ■

TURRONES Y MAZAPANES

El sector del turrón y el mazapán tuvo un 2022 muy marcado por la incertidumbre, a pesar de mejorar en cuanto a producción y facturación. La tímida recuperación del sector que se produjo en 2021 tras la vuelta a las celebraciones tras la pandemia, se vio frenada en parte por la guerra de Ucrania y el encarecimiento de los costes de producción. Tampoco ayudó la escasa oferta de almendra, materia prima básica para estas industrias.

Según los datos de la Asociación Española del Dulce (PRODULCE), la producción total de turrónes, mazapanes y otros dulces navideños ascendió en 2022 a 30.700 toneladas, un volumen inferior al del año anterior. Hay que tener en cuenta que los datos de PRODULCE hacen referencia a las producciones de las empresas que forman parte de la asociación. La mayor parte de esa producción (22.700 toneladas), se destinó al mercado nacional.

De esa producción de turrónes y mazapanes, una buena parte está amparada por alguna de las marcas de calidad diferenciadas que existen en España. A este respecto, en la Comunidad Valenciana están reconocidas la IGP Jijona y la IGP Turrón de Alicante, mientras que en Cataluña está protegida la producción de Turrón de Agramunt. Asimismo, en Castilla-La Mancha está protegida la producción de la IGP Mazapán de Toledo.

Este sector es uno de los que genera un mayor valor añadido dentro del sector del dulce y aporta cerca del 2% del volumen total de las ventas de esa industria.

Los turrónes y mazapanes siguen siendo los protagonistas gastronómicos de la Navidad en las mesas españolas, si bien la estacionalidad del consumo en el mes de diciembre ya no marca la evolución del sector, pues las ventas se producen durante todo el año, animadas por la demanda de los turistas.

Actualmente, el 90% de las ventas de turrónes y mazapanes se producen en el canal de alimentación.

Las producciones que tienen un valor añadido y las novedades lanzadas cada año por las empresas del sector, encuentran muy buena acogida en los consumidores, tanto nacionales como extranjeros. No obstante, el producto más vendido en 2022 siguió siendo el turrón de chocolate, que según datos de la consultora IRI representa casi la mitad de las ventas totales. Por su lado, las variedades tradicionales (turrón de Alicante y de Jijona) se mantuvieron estables.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR TURRONES Y DULCES DE NAVIDAD

EMPRESA	Mill. Euros
Sanchis Mira, S.A. *	115
Delaviuda Confectionery Group (*)	117,5
Torróns Vicens, S.L. *	55
Mondelez Internacional Group (*)	815
Confectionary Holding, S.L.*	23,5
Turrónes Picó, S.A	18
Lacasa, S.A. Grupo (*)	208,36
Turrónes José Garrigos, S.A	14
Galván Fernández Hermanos, S.L	14
Dulces Olmedo García, S.L. (*)	36,49

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022 * Incluye la facturación de otras producciones

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Este sector se encuentra dominado por unos pocos y grandes grupos empresariales, que basan sus estrategias en la desestacionalización del consumo interno, en las novedades y en la exportación.

La asociación PRODULCE integra a 69 compañías de este sector, entre las que se encuentran las principales empresas turróneras del país.

Según sus datos, la industria española de turrón y mazapán cerró 2022 con un incremento del 4% en su facturación respecto a los resultados del ejercicio anterior, hasta alcanzar los 325,5 millones de euros.

Atendiendo a sus facturaciones, el primer grupo productor de turrónes y dulces de navidad registró unas ventas de 115 millones de euros en el año 2022, de los cuales unos 55 corresponderían al negocio de turrónes y dulces navideños.

Este grupo, que lidera las ventas de turrón de chocolate con casi el 16% del mercado, batió su propio récord de facturación.

El segundo grupo empresarial en el ranking superó los 115 millones de euros (de los que 47 corresponderían a turrónes y mazapanes) y el tercer grupo se acercó a los 55 millones de euros.

En este sector, la penetración de capitales internacionales entre todas estas empresas no es muy significativa.

Por volúmenes de producción, la principal empresa fabricante de turrónes se situó en 8.500 toneladas en

el lobo



ELEGIDOS PRODUCTO DEL AÑO

* TURRÓN DE JIJONA -39% AZÚCARES Y TURRÓN DE ALICANTE -37% AZÚCARES



Menos Azúcar mismo sabor



SIN EDULCORANTES



SIN GLUTEN



MIEL 100% ESPAÑOLA



Pol. Ind. Ciudad del Turrón (Espartal II). Edificio Museo, 03100, Jijona (Alicante)

www.turronelobo.com [@turronelobo](https://www.instagram.com/turronelobo) [@turronelobo](https://www.facebook.com/turronelobo)

ENCUESTA A 10.005 INDIVIDUOS DEL PANEL DE NETQUEST + TEST DE PRODUCTO A 100 PERSONAS A TRAVÉS DE SAMPLIA EN OCTUBRE 2022. WWW.GRANPREMIOALAINNOVACION.COM

2022 y la segunda en menos de la mitad. En cuanto a los dulces navideños, la primera empresa del sector sacó al mercado cerca de 4.600 toneladas, la segunda 3.600 toneladas y la tercera, 2.800 toneladas.

Las marcas de distribución (MDD) han alcanzado una gran importancia en este mercado, con unas ventas en libre servicio que suponen el 60% del total en volumen, mientras que la primera oferta de marca tiene una cuota del 17%. Las ventas en la gran distribución se afianzaron en 2022, con una cuota del 95,7% del total.

Muchos fabricantes de turrone y dulces navideños se concentran en algunos municipios que destacan por sus producciones, como es el caso de Estepa (Sevilla), Jijona (Alicante), Toledo o Agramunt (Lérida).

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones de turrone y dulces navideños constituyen un componente fundamental para asegurar la supervivencia de las principales empresas del sector. Estos dulces son muy reconocidos en el extranjero como productos españoles con un alto valor añadido.

Según los datos de la Asociación Española del Dulce (PRODULCE), cerca de un 20% de la producción total en volumen se destina a los mercados exteriores, lo que supone que una de cada cinco tabletas o mazapanes viaja fuera de nuestras fronteras.

El sector es contribuyente neto a la balanza comercial del dulce, pues sólo se contabilizan exportaciones, no importaciones.

Tras años de continuos crecimientos de las ventas, en 2022 las exportaciones aumentaron un 17,8% en valor y se situaron en torno a los 67 millones de euros. Sin embargo, en volumen las ventas exteriores se redujeron un 4,8%, hasta 8.000 toneladas, según datos de PRODULCE.

Dentro de este grupo de dulces, los turrone son los más exportados (representaron el 87,4% del total del volumen exportado en 2022 y el 90,7% del valor), seguidos de los mazapanes (4,2% en volumen y 3% del valor) y del resto de especialidades. Aunque siguieron liderando las exportaciones, el subsector de los turrone perdió peso con respecto a un año antes.

En cuanto a los destinos de estas exportaciones, la Unión Europea concentró el 60% de las exportaciones, con países como Portugal, Francia, Italia y Alemania

como principales destinos. Sin embargo, por países son Reino Unido y Estados Unidos los que más turrone y mazapanes compran. En 2022 crecieron las exportaciones a ambos destinos.

Por su lado, las importaciones de este tipo de productos apenas tienen importancia y tienden a concentrarse en los "panettones" y "pandoros" italianos, aunque ese comercio ha disminuido mucho debido a que los principales fabricantes españoles han comenzado a producirlos también en nuestro país.

AMPLIACIÓN DE LA GAMA

Sin perder de vista sus orígenes, las empresas del sector del turrón y el mazapán llevan muchos años impulsando el rediseño de su oferta y apostando por la innovación radical, especialmente en la gama de turrone.

En este sentido, el lanzamiento de turrone con nuevos sabores y nuevas presentaciones (snacks, barritas, etc.) hacen posible que la oferta se mantenga en los lineales fuera del periodo navideño. El sector industrial ha hecho una clara apuesta por el chocolate y también por el consumidor infantil.

En sentido contrario, el consumo de polvorones y mantecados (dulces típicos navideños muy ligados a los turrone y mazapanes), lleva años en retroceso. Esta caída del consumo no afecta a las producciones andaluzas amparadas por las marcas de calidad IGP Mantecados de Estepa e IGP Polvorones de Estepa. En 2022, la producción de estos dulces se acercó a 15 millones de kilos. ■



CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 31,1 millones de kilos de productos navideños y gastaron 331,2 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,7 kilos de consumo y 7,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los mantecados y polvorones (0,2 kilos por persona y año), y a los turrónes (0,2 kilos per cápita). El resto de los productos

navideños supusieron un consumo de 0,3 kilos per cápita al año. En términos de gasto, los turrónes concentran el 34,7%, con un total de 2,5 euros por persona, seguido de los mantecados y polvorones, con un porcentaje del 16,7% y un total de 1,2 euros por persona al año, y de los mazapanes, con el 4,2% y 0,3 euros por cápita al año. El resto de los productos navideños suponen el 43,1% del gasto, con 3,1 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS DE LOS HOGARES, 2022

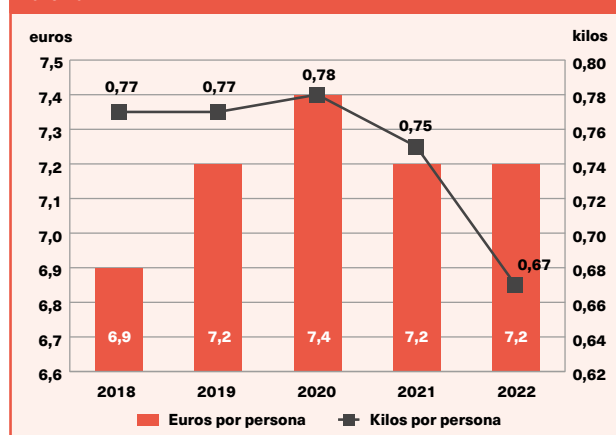
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PRODUCTOS NAVIDEÑOS	31,1	0,7	331,2	7,2
MANTECADOS Y POLVORONES	8,7	0,2	57,4	1,2
MAZAPANES	0,9	0,0	11,7	0,3
TURRONES	8,6	0,2	116,7	2,5
OTROS PRODUCTOS NAVIDEÑOS	12,9	0,3	145,4	3,1

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

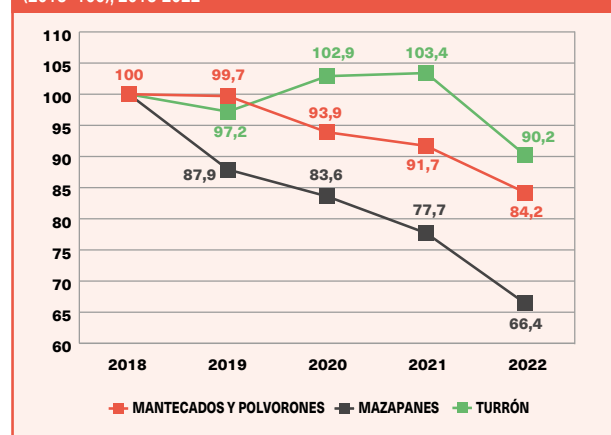
Durante los últimos cinco años, el consumo de productos navideños ha descendido 0,1 kilos por persona y el gasto ha aumentado en 0,3 euros por persona. En el periodo 2018-2022, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el ejercicio 2020 (0,78 kilos por persona y 7,4 euros por consumidor).

En la familia de productos navideños, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2018, en el consumo de mazapanes, mantecados y polvorones y turrónes se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS, 2018-2022



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS (2018=100), 2018-2022



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

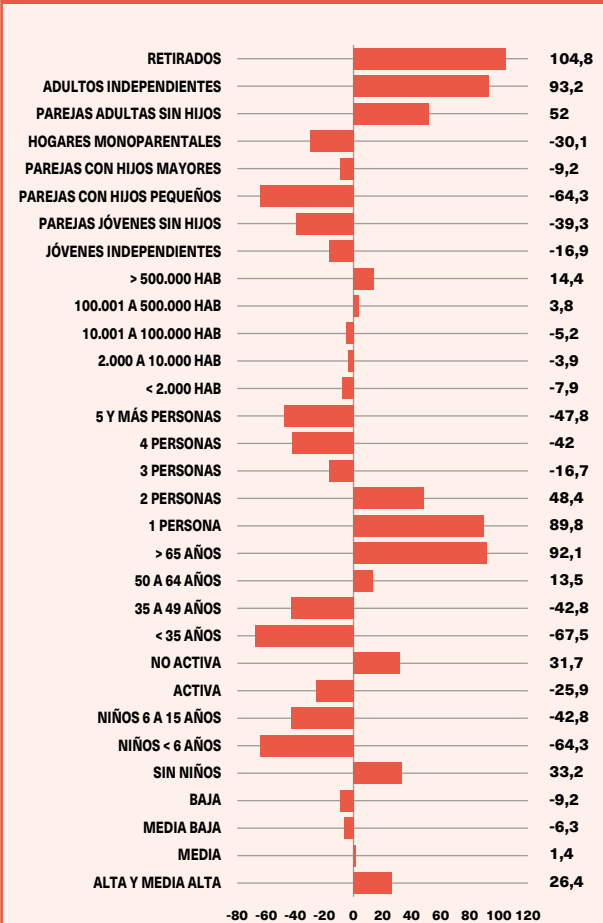
En términos per cápita, el consumo de productos navideños durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

CUOTA DE MERCADO

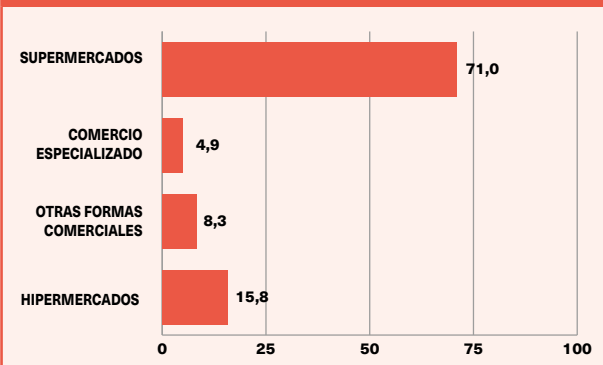
En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos navideños a los supermercados (71,7% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 14,1%. Los establecimientos especializados acaparan el 5,7%, y las otras formas comerciales concentran el 8,5% restante. ■

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



* Media nacional = 0,7 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



Jijona Turrón de Alicante

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS



ZONA GEOGRÁFICA: Estas IGP amparan la producción de ambos turrónes en el término municipal de Jijona (Alicante), con una superficie de 16.129 hectáreas, si bien las materias primas pueden proceder de toda la Comunidad Valenciana.

CARACTERÍSTICAS: El turrón de Jijona se elabora mezclando almendras de las variedades Valenciana, Mallorca, Marcana, Mollar y Planeta, miel pura de abeja y azúcar. La categoría Suprema contiene un mínimo del 64% de almendras y un 10% de miel, y Extra un 60% de almendras y un 10% de miel. El turrón de Alicante incluye –además de almendras, miel pura de abejas y azúcar– clara de huevo y oblea. En este tipo de turrón la categoría Suprema contiene, como mínimo, un 60% de almendras y la Extra un 46%.

DATOS BÁSICOS: La producción de turrón es de 5 millones de kilos anuales, de los que el 88% se comercializa en España y el resto se exporta. A su vez, el 47% de los turrónes protegidos se comercializa como turrón de Alicante y el 53% como turrón de Jijona. En el Consejo Regulador figuran 23 industrias.

Mazapán de Toledo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Se extiende a la totalidad de la provincia de Toledo, en la Comunidad de Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: El mazapán de Toledo es la masa fina y compacta resultante de la mezcla de almendras crudas, peladas y molidas, con azúcar

en sus distintas clases, que se emplea como base de una variada serie de dulces típicos toledanos. Sus presentaciones se obtienen mediante un proceso de batido o moldeado manual o mecánico de la masa del mazapán, seguido de horneado o cocción, hasta obtener el aspecto requerido en cada caso. A veces la masa contiene un relleno o se presenta recubierta de otros productos. Las presentaciones tradicionales son: mazapán con relleno, mazapán recubierto, figuritas de mazapán, anguilas, delicias de mazapán, marquesas, empiñonadas, pasteles yema, pasteles gloria y pasta para sopa de almendra.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador existen 6 empresas elaboradoras que producen una media anual de 650.000 kilos de mazapán con IGP, de los que el 90% se comercializa en el mercado nacional y el resto se destina a la exportación.



Torró d'Agramunt

(Turrón de Agramunt)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara la zona de producción y elaboración de turrón en el término municipal de Agramunt, al oeste de la provincia de Lleida.

CARACTERÍSTICAS: La categoría Suprema contiene un 60% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo, azúcar, jarabe de glucosa y oblea. La categoría Extra se compone de un 46% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo, azúcar, jarabe de glucosa y oblea. La elaboración se inicia con la cocción de la miel y, en su caso, el azúcar y la glucosa con clara de huevo. A continuación se incorporan las avellanas o las almendras. Se trabaja la pasta para formar tabletas redondas o rectangulares recubiertas de oblea. Las tabletas se comercializan en formatos que van de 15 g a 1 kg.

DATOS BÁSICOS: En el registro del consejo regulador figuran inscritas 6 empresas que elaboran y comercializaron en el 2022 117.000 kilos de turrón con IGP Turrón de Agramunt.

MIEL



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 económica es mucho más pequeña que la de otros sectores ganaderos, hay que destacar el papel fundamental de las abejas y la apicultura en la conservación del medio ambiente y en la polinización de los cultivos.

Además, desde el punto de vista social y medioambiental la producción de miel tiene gran importancia en España, pues el sector contribuye a fijar población en el medio rural y mantiene los ecosistemas y la biodiversidad.

La miel ha sido desde siempre un alimento apreciado y reconocido por el hombre, al que también se le han

atribuido virtudes curativas, aunque sin fundamento científico contrastado.

En los últimos años se ha producido un incremento en el censo de apicultores y de colmenas, que no se ha traducido en un incremento de la producción debido a las enfermedades afectan a las colmenas y también a la sequía, que ha provocado graves pérdidas a los apicultores.

A nivel nacional, el valor anual de las aportaciones del sector de la miel a la renta agraria (que incluye también el polen y la cera) representa aproximadamente el 0,40% de la Producción Final Ganadera y el 0,15% de la Producción Final Agraria. El valor económico de estas producciones ronda los 68 millones de euros al año, según distintas estimaciones.

En 2022 el número de explotaciones apícolas en España ascendía a 36.475, un 3,3% más que un año antes. El 18% eran profesionales ganaderos, con más de 150 colmenas cada uno.

Estos datos constatan el alto grado de profesionalización de la apicultura española, que está muy por encima de la media de la Unión Europea.

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 pequeños apicultores que hay, así como por no practicar la trashumancia y 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

Castilla y León cuente con un mayor número de explotaciones apícolas (5.514 al acabar 2022), seguida de Galicia (4.812), Andalucía (4.807) y la Comunidad Valenciana (2.534).

En cuanto al número de colmenas, el censo nacional en 2022 se situó por encima de los 3,09 millones de unidades. El grueso de las colmenas se distribuían entre Extremadura (22%), Andalucía (20%), Castilla y León (14%) y la Comunidad Valenciana (11%).

Asimismo, el grueso de estas colmenas (el 81%) eran trashumantes y el resto “estantes” o sin declarar sistema productivo. La producción de una colmena “fija” viene a ser la mitad de una trashumante, pues depende mucho de la floración de la zona donde se haya establecido. De ahí que en los últimos años este tipo de colmenas se hayan incrementado. La producción de cera es del orden de 0,8 kilos por colmena y la de polen de 0,5 kilos.

PRODUCCIÓN DE MIEL

En los últimos años, la sequía y las enfermedades de las abejas han provocado una caída drástica de la producción nacional de miel. En 2022, la producción rondó las 26.000 toneladas, muy por debajo de la media de los últimos cinco años. Aunque hubo descensos de producción en todas las zonas debido a los efectos de la sequía y a las enfermedades de las abejas, Andalucía se mantuvo como la primera comunidad productora.

Además de miel, de las colmenas se obtiene también una pequeña producción de polen y de cera. En Espa-

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MIEL Y CERA (Miles de toneladas)			
PRODUCTO	2020	2021	2022*
MIEL	30,5	28	26
CERA	1,68	1,55	1

FUENTE: MAPA (*) Estimación

PRODUCCIONES DE MIEL EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
PRODUCTO	2020	2021	2022
MUNDO	1.775	1.771,9	1.770
UE	230	215	210
ESPAÑA	30,51	28	26

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

COMERCIO DE MIEL (Miles de toneladas)			
	2020	2021	2022
IMPORTACIÓN	31,68	31,62	37,56
EXPORTACIÓN	28,3	28,44	28,31

FUENTE: Datacomex.

ña, la demanda de miel está creciendo y lo mismo ocurre con el polen recolectado en la propia colmena, así como con los propóleos.

COMERCIO EXTERIOR DE MIEL

En cuanto al comercio exterior, en 2022 el saldo de la balanza fue de nuevo negativo porque las importaciones siguieron siendo muy superiores a las exportaciones.

Según los datos de Comercio, las importaciones sumaron 37.560 toneladas, un 19% más que en 2021, mientras que las exportaciones ascendieron a 28.310 toneladas, un 0,5% menos.

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. China es el principal proveedor de miel de España, con casi el 90% del total y, por detrás del país asiático, se situaron Argentina y Ucrania. En cuanto a los países comunitarios, Portugal por su proximidad es el país que más miel vende a España, pero el volumen es menor que el de China.

Respecto a las exportaciones españolas de miel, el grueso se envían a la Unión Europea, con Francia como principal destino, seguida de Alemania, Portugal e Italia.

LA MIEL EN LA UE

El sector de la miel en la Unión Europea es pequeño, pero muy importante para la polinización de plantas y cultivos. La Unión Europea es la segunda productora de miel del mundo, por detrás de China y a nivel comunitario, España es el primer país productor de miel, seguido de Rumanía, Hungría y Alemania.

En este sentido, en 2022 había cerca de 20,06 millones de colmenas en toda la UE, un 6% más que en 2021. De esa cifra total, un 15% de las colmenas estaba en España; un 12% en Rumanía; un 11% en Grecia; un 10% en Polonia un 9% en Francia; un 8% en Italia un 6% en Hungría; un 5% en Alemania; un 4% en Bélgica y otro 4% en Portugal.

Aunque estos países tengan más apicultores, el grado de profesionalización de los apicultores es más alto en países como Grecia, que ronda el 80% (apicultores profesionales con respecto al total), al igual que España.

La producción de miel en la Unión Europea para 2022 alcanzó un volumen próximo a las 210.000 toneladas, un 2,3% menos que en el año anterior.

Respecto al comercio exterior de miel, a pesar de ser el segundo productor del mundo a nivel mundial, la Unión Europea es netamente importadora, ya que su nivel de autoabastecimiento está bajo. Las importaciones son necesarias para cubrir el consumo interno de la UE y la balanza comercial es deficitaria porque las importaciones son muy superiores a las exportaciones. De hecho, la UE representa el 30% de todas las importaciones mundiales de miel. Ucrania fue en 2022 el país que más miel vendió a la UE, por delante de China, Argentina y México. En concreto, según datos de Eurostat, Ucrania vendió a la UE un total de 46.094 toneladas de miel en 2022, lo que supuso un descenso con respecto al año anterior del 14,4%.

Por su lado, como en años anteriores, Alemania fue el país que más miel compró (cerca de 52.034 toneladas en 2022), seguido de Bélgica, Polonia, España y Portugal.

En cuanto a las exportaciones comunitarias de miel, en 2022 la UE vendió unas 25.000 toneladas de miel, un 1,6% menos que un año antes. El valor de estas ventas fue de 152 millones de euros, un 3,8% más que un año antes.

Un año más, el principal destino de las exportaciones de miel comunitaria fue de nuevo el Reino Unido (18,2% del total), seguido de Suiza (15,6%) y de Estados Unidos (12,7%). Las exportaciones comunitarias sólo representan el 6,3% del total mundial. Por países, Alemania fue el que más vendió a países terceros, seguido de España y Hungría, a muy larga distancia.

PRODUCCIÓN Y COMERCIO MUNDIAL DE MIEL

A nivel mundial, la producción de miel se situó en 2022 en 1,77 millones de toneladas, según estimaciones, muy inferior al de las últimas campañas.

Los países con mayor producción a nivel mundial fueron China (cerca del 27% del total), la Unión Europea en su conjunto (12%), Turquía (6%), Argentina (4%), Irán (4%), Ucrania (4%), India (4%) y Rusia (4%).

Las importaciones mundiales superaron los 613.000 toneladas, por un valor de más de 1.725 millones de euros. Estados Unidos fue el país que más miel importó a nivel mundial, seguido de la UE, Japón y Canadá.

Por su lado, las exportaciones mundiales se estimaron en cerca de 760.000 toneladas y en este caso, el primer país exportador fue China, seguido de India y Argentina. ■

MIEL

El sector industrial de la miel envasada terminó 2022 con malos datos debido al descenso del consumo en los hogares y a la reducción de la producción por la mala climatología.

En este sector, la base productiva estaba formada en 2022 por unas 33.000 explotaciones de las cuales el 60% eran estantes y el resto trashumantes. La región con más explotaciones apícolas es Castilla y León, seguida muy de cerca por Andalucía y Galicia.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas comercializadoras de miel está compuesto por un gran número de pequeños operadores, pues sólo 8 tienen facturaciones por encima de los 10 millones de euros.

La Asociación de Comerciantes y Envasadores de Miel (ASEMIEL-ANIMPA) se constituyó en 1996, con el objeto de representar, gestionar y defender los intereses

de las industrias asociadas, tanto a nivel nacional como europeo. Actualmente representa al 90% del sector nacional y es miembro de pleno derecho de la Federación Europea de Envasadores y Distribuidores de Miel.

La primera empresa por el valor de sus ventas facturó en 2022 cerca de 32 millones de euros. La segunda, facturó 30 millones y la tercera, que es un grupo con actividad en otros sectores como la pastelería, la bollería o las infusiones, facturó 28 millones. El resto de las 10 primeras empresas en el sector obtuvieron unas facturaciones que oscilaron entre los 23 y los 8 millones de euros.

Las marcas de distribución (MDD) están muy introducidas en los lineales de supermercados e hipermercados.

Toda la miel comercializada en España, independientemente del origen, tiene todas las garantías de autenticidad y pureza. Antes de autorizar la importación de miel, la UE realiza auditorías en origen para asegurarse de que los productos que entran en Europa tienen todas las garantías

Asimismo, los envasadores españoles de miel trabajan junto con las administraciones para conseguir un control total y exhaustivo de todas las mieles importadas.

Cuando se trata de miel española, en el etiquetado se tiene que explicitar como tal y en el caso de que se trate de una combinación de mieles de diferentes orígenes, también se tiene que especificar.

COMERCIO EXTERIOR

Pese a la caída de la producción nacional, las exportaciones de miel en 2022 alcanzaron las 28.310 toneladas, solo un 0,5% menos que en el año anterior. Por su

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LA MIEL

EMPRESA	Mill. Euros
Honeygreen, S.A	32
Apisol, S.A.	30,1
Maes Honey Inter. S.L.U	28
Granja San Francisco, S.L. *	22,75
Mielso, S.A.	19,5
Naturalval Apícola, S.L	17
Primo Mendoza, S.L.	15
Euromiel, S.C.L.	12
Reina Apícola Levantina, S.L	9,5
Hernando Hurtado, S.A	8

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022 *Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES REGIONES PRODUCTORAS DE MIEL (Miles de toneladas)

CC.AA	2020	2021*	2022*
ANDALUCÍA	6,5	6	5,5
ARAGÓN	1,0	0,9	0,8
C.VALENCIANA	5,6	5,2	4,8
CASTILLA Y LEÓN	4,0	3,7	3,5
CASTILLA-LA MANCHA	3,1	2,9	2,6
CATALUÑA	1,9	1,8	1,6
EXTREMADURA	2,7	2,5	2,3
GALICIA	2,4	2,2	2,0
OTRAS CC.AA	3,0	2,8	2,6
TOTAL	30,51	28	26

FUENTE: MAPA (2020) y * estimación

lado, las importaciones aumentaron hasta un 19% y alcanzaron las 37.560 toneladas. El volumen importado en 2022 superó en casi 10.000 toneladas el de 2021, mientras que en el caso de las exportaciones, el crecimiento en los últimos años no ha sido tan grande. ■



CONSUMO Y GASTO EN MIEL

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 15,2 millones de kilos de miel y gastaron 109,2 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,3 kilos de consumo y 2,4 euros de gasto.

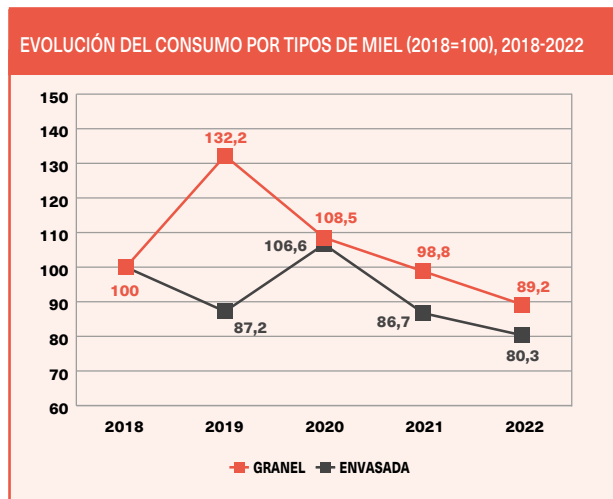
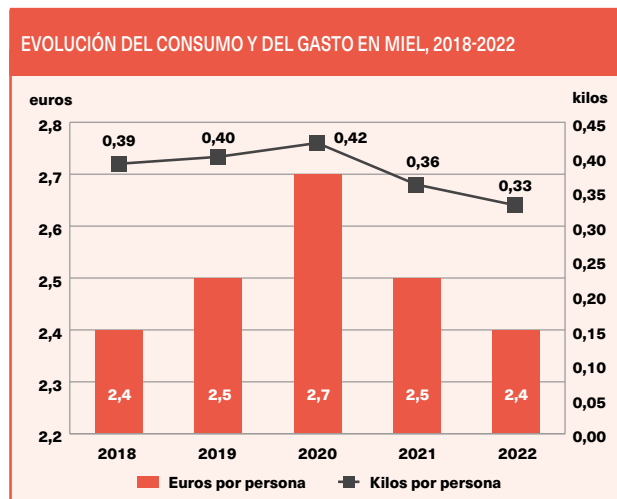
El consumo más notable se asocia a la miel envasada (0,2 kilos por persona y año), con un nivel superior al consumo en miel a granel (0,1 kilos por persona al año). En términos de gasto, la miel envasada concentra el 58,3% del gasto, con un total de 1,4 euros por persona, mientras que la miel a granel presenta un porcentaje del 41,7% y un total de 1,0 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN MIEL DE LOS HOGARES, 2022				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL MIEL	15,2	0,3	109,2	2,4
GRANEL	5,0	0,1	44,6	1,0
ENVASADA	10,2	0,2	64,6	1,4

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de miel se ha mantenido estable, con un ligero incremento en el ejercicio 2020, que se ha corregido a la baja durante los años 2021 y 2022. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020, con 0,42 kilos, mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2020 (2,7 euros por consumidor).

En la familia de la miel, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido desigual para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2018, tanto en el consumo de miel a granel como en el consumo de miel envasada se advierte un retroceso.



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

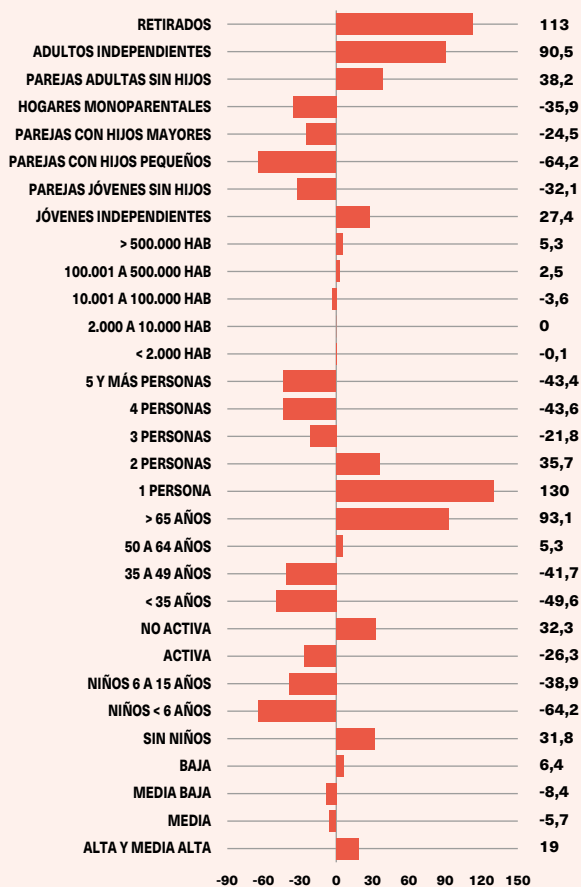
En términos per cápita, el consumo de miel durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

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

índices más reducidos se registran conforme va aumentando el número de miembros del hogar.

- Los consumidores que residen en núcleos de población de más de 500.000 habitantes cuentan con el mayor consumo per cápita de miel, mientras que los menores consumos tienen lugar en municipios entre 10.000 y 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales y entre las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, País Vasco, Cataluña y Comunidad Valenciana cuentan con los mayores consumos de miel mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Cantabria y La Rioja.

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



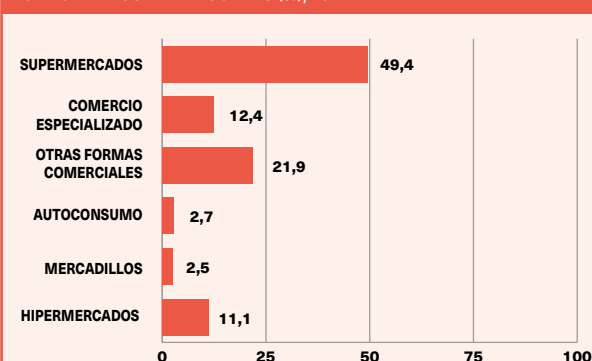
* Media nacional = 0,3 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de miel a los supermercados (49,4% de cuota de mercado). El comercio especializado alcanza en este producto una cuota del 12,4%, el hipermercado representa el 11,1%, y el autoconsumo el 2,7%. Los mercadillos suponen el 2,5%, y las otras formas comerciales concentran el 21,9% restante. ■



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MIEL POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA MIEL

ANDALUCÍA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

MIEL DE GRANADA *

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

MIEL

ASTURIAS

MIEL

MIEL DE ASTURIAS* (EN TRAMITACIÓN)

BALEARES

MARCA COLECTIVA DE GARANTÍA

MIEL D'M

ES MEL

AIXÒ ÉS MEL

CANARIAS

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

MIEL DE TENERIFE *

CANTABRIA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MIEL DE LIÉBANA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

MIEL

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MIEL DE LA ALCARRIA *

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCAS DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

MIEL DE AZAHAR

MIEL DE ROMERO

EXTREMADURA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MIEL VILLUERCAS-IBORES *



GALICIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

MEL DE GALICIA * (MIEL DE GALICIA)

MADRID

ALIMENTO DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

MIEL DE LA SIERRA DE MADRID

LA RIOJA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

MIEL

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

EZTIA (MIEL)

* Inscrita en el Registro de la UE



Mel de Galicia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La IGP ampara la miel producida en Galicia mediante procesos artesanales, comprendiendo las montañas y valles gallegos donde tradicionalmente se obtiene miel, aprovechando la gran riqueza y variedad de la flora de esta comunidad autónoma.

CARACTERÍSTICAS: La miel se produce en colmenas movilizadas, sin ningún tipo de tratamiento químico ni de alimentación de las abejas. Su obtención se realiza por decantación o centrifugación y el envasado es artesanal, lo que preserva todas las propiedades naturales de la miel. La IGP protege exclusivamente a la miel producida y envasada en su zona de producción y que se ajuste a las normas de calidad establecidas. Los tipos de miel amparados según su origen botánico son: miel multifloral, monofloral de eucalipto, de castaño, de zarza y miel monofloral de brezo.

DATOS BÁSICOS: La IGP Mel de Galicia acoge a 31.581 colmenas pertenecientes a 341 apicultores. Están inscritas 35 plantas envasadoras, que durante el año 2011 certificaron 348.318 kilos de miel, de los cuales se comercializaron como IGP más de 342.956 kilos.

Miel de Granada

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción comprende todos los municipios de la provincia de Granada, aunque la mayoría de los apicultores se concentra en Lanjarón, Ugíjar, Orgiva, Otívar, Motril, Dúrcal, Padul, Huéscar y Granada.

CARACTERÍSTICAS: La normativa regula y protege tres variedades de miel: monofloral (de castaño, romero, tomillo, aguacate, 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

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida ampara la producción de miel en la comarca natural de La Alcarria, que se extiende por las provincias de Guadalajara y Cuenca y cuya superficie total es de 10.354 km². En este maravilloso lugar, rico en plantas aromáticas

silvestres, la producción de miel es una actividad de gran arraigo y tradición popular.

CARACTERÍSTICAS: La Miel de La Alcarria es exclusivamente floral. Esta miel natural conserva todas sus propiedades y características originales. Se reconocen tres tipos atendiendo a su origen floral, dos monoflorales: romero y espliego, y una miel multifloral. La comercialización se realiza en tarros de cristal.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos 45 productores, que manejan 10.337 colmenas, y 18 industrias de envasado. En 2011, la producción total ha sido de 178.820 kg y la comercialización con Denominación de Origen Protegida ha sido de 105.718 kg.



Miel de Liébana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica abarca todos los términos municipales de la comarca de Liébana, perteneciente a la Comunidad Autónoma de Cantabria. Los municipios

que conforman la comarca son: Cabezón de Liébana, Camaleño, Cillorigo de Liébana, Pesaguero, Potes, Tresviso y Vega de Liébana.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de miel que se producen en la zona y que podrán ampararse bajo la Denominación de Origen Protegida "Miel de Liébana" son:

Miel de mielada: Procede del mielato de roble y encina, y del néctar de Erica spp. (brezos), Rubus sp. (zarza) y un % variable de pólenes presentes en la flora de la comarca de Liébana.

Miel monofloral de brezo: Procede del néctar de las siguientes especies: Erica cinerea, Erica vagans, Erica tetralix, Erica 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.

CARACTERÍSTICAS: La producción de miel en esta zona de Extremadura es muy tradicional, con colmenas estantes que contribuyen a una mejor polinización de los cultivos. Se recolectan varios tipos de mieles: miel del bosque, procedente del roble, castaño y encina, muy aromática; miel de néctar de flores, cuyo aroma y sabor son excepcionales, y miel de retama, procedente de los arbustos y matorrales en flor.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran inscritos 34 apicultores con 13.500 colmenas censadas, y 4 industrias envasadoras. La producción media anual asciende a unos 300.000 kilos de miel, de los que se certifican con DOP 60.000 kilos.

Miel de Tenerife

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción de la miel amparada por la DOP "Miel de Tenerife" abarca todo el territorio de la isla de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: La DOP Miel de Tenerife ampara las siguientes mieles monoflorales: miel de Retama del Teide, miel

de Tajinaste, miel de Aguacate, miel de Castaño, miel de Brezal, miel de Relinchón, miel de Barrilla, miel de Hinojo, miel de Poleo, miel de Agave (Pitera), miel de Malpica, miel de Teder y miel de Mielada.

Las mieles de Tenerife con DOP presentan espectros polínicos compuestos por pólenes de especies botánicas presentes en Tenerife, en proporciones tales que se correspondan con los ecosistemas de la isla, y, por tanto con ausencia de pólenes de floraciones no presentes en la misma. Las mieles de Tenerife no presentan defectos sensoriales (fermentado, ahumado, etc.) demostrado tras su análisis sensorial; sus características organolépticas: olor, sabor y textura son muy variables, así como su color que va desde el blanco agua al ámbar oscuro, debido a la diversidad y especificidad de las floraciones que las originan.

DATOS BÁSICOS: En el consejo Regulador figuran inscritas 5.863 colmenas, 105 explotaciones apícolas, 39 centros de extracción de miel y 7 centros de envasados de miel con una producción de 15.000 kilos de miel certificada.



CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO



El sector industrial del chocolate y derivados del cacao estuvo marcado en 2022 por la estabilidad del mercado interior y por el impulso de las exportaciones.

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos que elabora el Instituto Nacional de Estadística, la producción española del sector del cacao (pasta, manteca y cacao en polvo) superó en 2022 las 199.194 toneladas, un volumen ligeramente inferior al del año precedente. El valor de estas producciones fue sin embargo muy superior: 650 millones de euros frente a los 581 del año anterior.

En este grupo, la partida más importante (103.353 toneladas, 9.000 t. menos que un año antes) fue la de cacao en polvo sin azúcar, cuyo valor superó los 276 millones de euros.

Además de todas estas producciones (en polvo, manteca y pasta de cacao), se produjeron importantes cantidades de productos hechos a base de cacao o chocolate. En total, la suma de todos esos productos ascendió a 256.942 toneladas, un volumen muy inferior al del año anterior.

A este respecto, en este grupo de productos están las barras, los productos con baño de cacao (como frutas escarchadas) y los bombones de todo tipo.

Con respecto a estos últimos, se produjeron industrialmente 12.520 toneladas, por un valor de 100 millones de euros (20 millones más que un año antes, a pesar de que la producción fue menor).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de las empresas fabricantes y comercializadoras de cacao y chocolate está compuesto por más de un centenar de operadores, muchos de ellos de dimensiones pequeñas y medianas.

Sin embargo, el ranking de productores está encabezado por varios grupos empresariales fuertes, que en algunos casos son filiales de grupos internacionales con amplia trayectoria en el sector.

Los cinco primeros grupos productores del ranking nacional acaparan más del 60% de las ventas totales, lo que da una idea del alto grado de concentración que hay en el sector.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE DERIVADOS DEL CACAO	
EMPRESA	Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	2.364
Mondelez España Grupo* (división confitería)	815
Natra, S.A. - Grupo	473,3
Ferrero Ibérica, S.A. *	292,1
Lacasa, S.A. - Grupo *	208,36
Idilia Foods, S.L. *	186
Chocolates Valor, S.A.	126,88
Sanchis Mira S.A.*	115
Lindt & Sprungli España S.A	101
Mars Multisales Spain, S.L. (División Confitería)*	85

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye la facturación de otras producciones.

En 2022, la empresa líder del sector de chocolates y cacao registró unas ventas totales de cerca de 2.364 millones de euros, aunque en esa cifra aparecen también computadas otras importantes líneas de negocio. Durante ese ejercicio, la empresa experimentó un notable decrecimiento interanual en facturación y en su producción anual destacó la línea de bombones con su producto estrella que comercializan en una caja roja.

A muy larga distancia de la primera en el ranking, la segunda empresa del sector también es un grupo con otras líneas de producción y su facturación durante el ejercicio 2022 se estimó en 292 millones de euros, menos que un año antes.

La tercera, un grupo también, concluyó el ejercicio con unas ventas superiores a los 208 millones de euros y las siguientes empresas en el ranking se situaron a muy larga distancia de esta cifra (entre 186 y 85 millones de euros).

Por su lado, las empresas del sector del chocolate integradas en PRODULCE facturaron 1.708 millones de euros en 2022, un 4,3% más que el año anterior. Estas empresas produjeron 227.500 toneladas de estos productos, un 2,3% menos que un año antes.

Las marcas de distribución (MDD) tienen una gran importancia en el sector, aunque ésta no es uniforme en todos los segmentos del mercado del chocolate. En 2022 aumentaron su cuota debido a la subida de precios de las marcas de fabricante. No obstante, las MDD no tuvieron los mismos resultados en todos los segmentos. Así, en el segmento de las cremas de cacao o en el de los bombones aumentó la cuota de las MDD, pero en el grupo del chocolate a la taza disminuyó.

La innovación constante de las ofertas (con nuevos formatos y envases, presentación de productos

más saludables, etc.), constituye uno de los rasgos que más caracterizan a este sector en los últimos años.

Esa innovación en las presentaciones se materializó en todos los segmentos del mercado del chocolate, pero especialmente en el sector de las tabletas.

La desestacionalización de los consumos ha sido también un factor fundamental para impulsar el incremento de la demanda. Asimismo, las empresas están también redirigiendo su producción hacia los productos más saludables, reduciendo de forma muy significativa su contenido de azúcar, incorporando nuevos elementos en sus composiciones y aumentando los porcentajes de cacao.

COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial del sector es siempre negativa, ya que las empresas necesitan importar la totalidad de la materia prima utilizada para la elaboración de los productos de chocolate. En el ejercicio 2022 se exportaron 240.525 toneladas, un 4,8% más que en el año anterior. Por su parte, las importaciones de cacao y otros productos derivados sumaron 366.042,7 toneladas, un 5% menos que un año antes, según los datos de Comercio.

La partida principal de este comercio, tanto en exportaciones como en importaciones, fue el del chocolate y demás preparados. Las compras sumaron 160.898 toneladas y las ventas 147.071 toneladas.

Por su lado, las exportaciones de las empresas del sector que forman parte de PRODULCE alcanzaron las 103.200 toneladas (un 10% más), por un valor de 498 millones de euros (17,3% más). Asimismo, las importaciones de estas empresas ascendieron a 130.800 toneladas (4,2% más), por un valor de 599 millones de euros (11,4% más).

La Unión Europea es el destino principal de las ventas de chocolate, con Francia, Portugal, Alemania e Italia como principales destinos. También fueron importantes en 2022 las ventas exteriores a países como Reino Unido (el segundo destino en volumen), Marruecos, Argelia o Estados Unidos.

En cuanto a las compras de chocolate, Alemania se mantuvo como el primer país de origen de las importaciones, por delante de Francia e Italia. Igualmente, España importa cacao de países como Costa de Marfil (principal productor mundial), Ghana, Indonesia, Nigeria y Brasil. ■

CONSUMO Y GASTO EN CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 151,7 millones de kilos de chocolates y derivados del cacao y gastaron 1.248,7 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,3 kilos de consumo y 27,0 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los chocolates (1,2 kilos por persona y año). En términos de gasto, los chocolates concentran el 40,7% del gasto, con un total de 11,0 euros por persona, mientras que el cacao soluble presenta un porcentaje del 17,8% y un total de 4,8 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL CHOCOLATES, CACAOS Y SUCEDANEOS	151,7	3,3	1.248,7	27,0
CHOCOLATES	56,1	1,2	507,4	11,0
CHOCOLATE TABLETAS	46,7	1,0	411,4	8,9
CON LECHE	25,8	0,6	200,7	4,3
SIN LECHE	20,9	0,5	210,7	4,6
CON ALMENDRAS	8,6	0,2	85,5	1,8
OTROS CHOCOLATES	38,1	0,8	325,9	7,0
TURRON DE CHOCOLATE	9,4	0,2	96,0	2,1
OTROS PRODUCTOS CHOCOLATE Y CACAO	95,6	2,1	741,3	16,0
BOMBONES	12,8	0,3	206,7	4,5
SNACKS CHOCOLATE	14,4	0,3	174,7	3,8
CACAO SOLUBLE	41,6	0,9	221,3	4,8
NORMAL	39,1	0,8	194,7	4,2
LIGHT	2,6	0,1	26,6	0,6
CREMA CACAO UNTAR	17,2	0,4	109,9	2,4



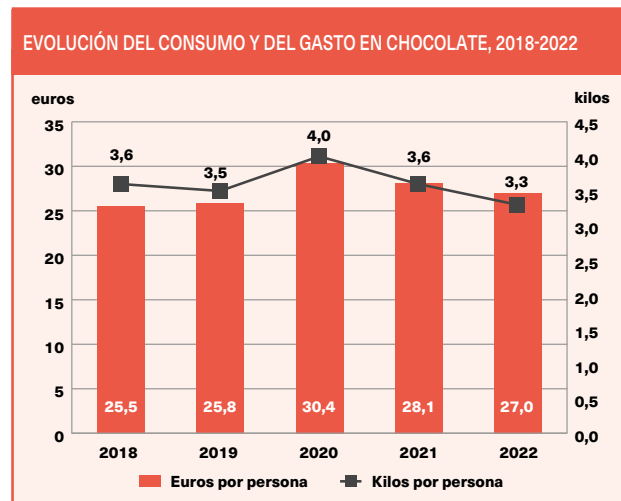
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de chocolates y derivados del cacao durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

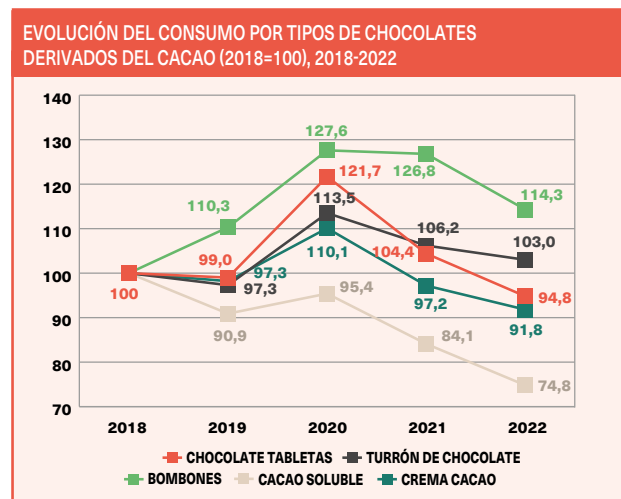
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de chocolates y derivados del cacao, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de chocolates y derivados del cacao es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años el consumo de chocolates y derivados del cacao es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de chocolates y derivados del cacao, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los hogares en los que habitan tres personas.
- Los consumidores que residen en municipios con censos de menos de 2.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de chocolates y derivados del cacao, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, entre los retirados, en el caso de los hogares monoparentales y las parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de éstos, y las parejas jóvenes sin hijos.
- 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 Andalucía, Comunidad de Madrid, y Comunidad Valenciana.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

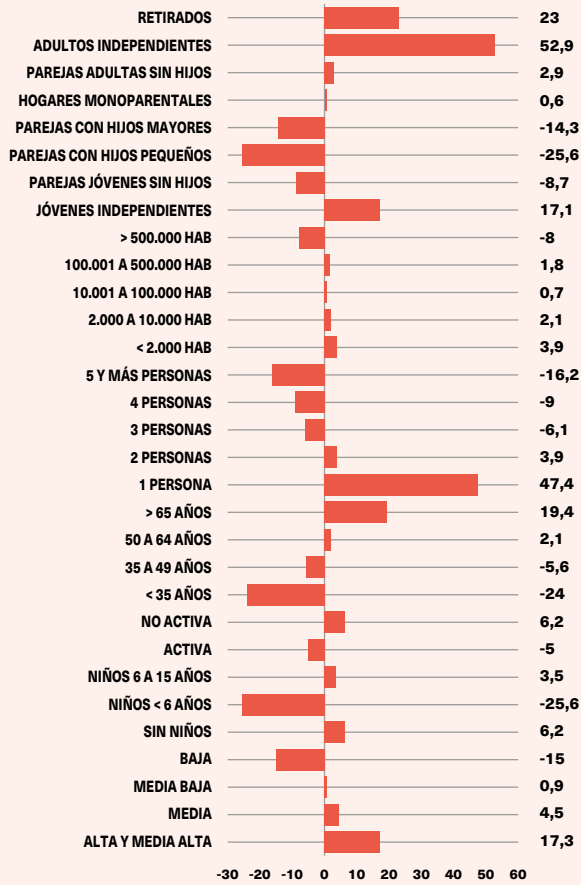
Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto de chocolates y derivados del cacao se han mantenido relativamente estables produciéndose un repunte en el año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 pero que se está corrigiendo en gran medida durante los años 2021 y 2022. En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2020, con 4,0 kilos por persona, mientras que el mayor gasto se produjo también en el ejercicio 2020 (30,4 euros por consumidor).



En la familia de chocolates y derivados del cacao, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque coinciden en el incremento del año 2020 y el ajuste a la baja en los años 2021 y 2022. Respecto a la demanda de 2018, el consumo de todos los productos desciende con las excepciones de los bombones y el turrón de chocolate.



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

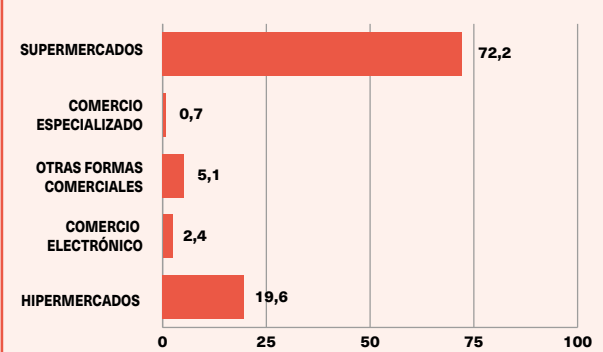


* Media nacional = 3,3 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de chocolates y derivados del cacao a los supermercados (72,2% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 19,6%, mientras que los establecimientos especializados representan el 0,7%. Las otras formas comerciales concentran un 5,1% y el comercio electrónico llega al 2,4%.

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS

Tras el moderado crecimiento del año anterior, en 2022 la producción industrial de platos preparados aumentó considerablemente tanto en volumen como en valor. Sin embargo, el consumo de estos platos en los hogares españoles disminuyó de nuevo.

Los platos preparados-precocinados conforman un mercado muy heterogéneo, con multitud de ofertas que presentan perspectivas de futuro muy distintas. En función de los métodos de conservación aplicados, se distinguen los platos preparados congelados, los refrigerados y los preparados a temperatura ambiente.

Por su parte, atendiendo a la familia de productos, se diferencian: los platos preparados con productos cárnicos; los que llevan productos del mar; las croquetas; la tortilla de patata; los calamares a la romana; el surimi; las gulas; la pasta; los salteados; los arroces; las cremas; las sopas; las verduras; las pizzas; los "paninis"; los postres; los churros y las porras; las empanadillas; los rollitos de primavera y los "fingers" de queso, entre otros.

Teniendo en cuenta esa gran diversidad, es muy difícil proporcionar cifras fiables que recojan todos los movimientos del sector.

No obstante, según los datos que maneja la Encuesta Industrial de Producto, que publica anualmente el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2022 la producción de platos preparados a base de carne, pescado, verduras, legumbres, pasta de todo tipo o platos como la pizza congelada (no fresca), sumó un total de 486.025 toneladas, por un valor de 2.131,7 millones de euros (un 21% y un 45% respectivamente por encima de los valores del año 2021).

Dentro de los platos preparados, el sector que según la encuesta del INE más aporta en volumen y en valor es el de los productos cárnicos. Así, en 2022 se produjeron 171.876 toneladas de estos alimentos, por un valor de 825,5 millones de euros. Con relación al año 2021, se produjo un aumento del 28% en volumen y del 56% en valor.

El segundo lugar en cuanto a volumen fue para el grupo de "otros platos", entre los que se encuentran



las pizzas congeladas (108.380 toneladas, también muy por encima del volumen del año anterior) y el tercero para los platos hechos a base de legumbres y hortalizas (87.814 toneladas, por un valor de 299 millones de euros). En cuarto lugar dentro de este grupo se situaron los platos hechos a base de pasta (reellenas o secas), que sumaron 65.663 toneladas en 2022 y alcanzaron un valor de 284 millones de euros. Finalmente, los platos a base de pescados y crustáceos alcanzaron una producción de 48.171 toneladas, por un valor de 313 millones de euros, según los datos del INE.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En 1978 se constituyó la Asociación Española de Fabricantes de Platos Preparados (ASEFAPRE), que tiene ámbito nacional y está formada por 18 empresas, que emplean a unas 5.000 personas.

Estas empresas registraron, según ASEFAPRE, un aumento de producción en 2022 del 1,5% con relación

al año anterior, pues produjeron 255.821,5 toneladas de esos alimentos. Este aumento fue consecuencia de la recuperación del consumo en la restauración y también en los hogares españoles. Asimismo, también influyó en el buen dato de 2022 la presentación de nuevos platos preparados y una producción más cuidada del producto.

Según los datos de ASEFAPRE, de la producción total 207.651,5 toneladas se destinaron al mercado nacional.

Además de las empresas integradas en ASEFAPRE, hay también otras muchas que trabajan en comida preparada, aunque los líderes sectoriales tienden a ser grandes grupos alimentarios de sectores afines.

Así, entre las primeras empresas del sector destacan muchas que tienen actividad en el sector de las conservas vegetales, los productos congelados o los elaborados cárnicos. También hay algunas compañías multinacionales y ciertos especialistas de capital español que tienen su fortaleza en un producto concreto.

Cataluña y Galicia son las dos comunidades autónomas donde más empresas del sector se encuentran radicadas, seguidas de Navarra, Castilla-La Mancha, Madrid y el País Vasco.

Entre los platos preparados congelados, las marcas blancas (MDD) acaparan cerca del 58% del total en volumen, mientras que en el segmento de la comida refrigerada, alcanzan el 60% en volumen.

Respecto a la estructura empresarial, en 2022 la primera empresa productora en volumen fue un grupo nacional que elabora además ensaladas y platos étnicos. La producción estimada fue de 18.000 toneladas.

Por su lado, el segundo grupo en volumen es una multinacional muy introducida en otros sectores como el del chocolate, por ejemplo, que produjo en 2022 cerca de 14.000 toneladas de platos preparados (legumbre, carne, arroz, pasta, pescado, etc.)

Asimismo, el tercer grupo industrial en este sector acabó el año con una producción de casi 11.000 toneladas.

COMERCIO EXTERIOR

No se disponen de cifras contrastadas sobre el comercio exterior de platos preparados. Según ASEFAPRE, las 18 compañías que forman parte de la asociación exportaron durante 2022 un total de 48.170 toneladas de estos platos, lo que supone un incremento del 6,5% con relación a la cifra del año precedente.

En los últimos años, el porcentaje de ventas al exterior de ASEFAPRE se ha ido incrementado progresivamente, lo que da idea de la importancia que tiene la exportación para estas empresas.

Preparados típicamente españoles, como los gazpachos, tienen una buena salida en los mercados internacionales, especialmente en países como Francia.

Por lo que hace referencia a las importaciones, las más significativas son las de materia prima utilizada para la elaboración de platos preparados. Al tratarse de unos mercados dominados por grandes compañías multinacionales, muchos de los intercambios entre filiales de un mismo grupo no quedan registrados en las estadísticas de comercio exterior. También muchos fabricantes optan por instalar sus instalaciones de producción cerca de los grandes mercados potenciales.

TENDENCIAS EN EL MERCADO

La innovación es la principal estrategia empresarial para arañar cuotas de mercado. Los principales grupos del sector han asumido el compromiso de reducir en un 10% el contenido en sal y grasas saturadas de sus presentaciones.

Las empresas que integran ASEFAPRE mantienen una constante ampliación de sus instalaciones, creando nuevas líneas de producción con la maquinaria más moderna y la tecnología más avanzada en toda la cadena, que las sitúan a la vanguardia del sector.

Entre las innovaciones del ejercicio 2022 destacan una nueva gama de productos que abarca desde la sustitución de proteínas animales por vegetales (legumbres, cereales como quinoa, espelta o garbanzos), hasta la reducción de sal, azúcares y materias grasas, o incluso, la introducción de fibra, entre otras.

Asimismo, de cara a producir alimentos cada vez más saludables y equilibrados, el sector de los platos preparados está haciendo grandes esfuerzos para tratar de eliminar los aditivos, los conservantes y los colorantes. Igualmente, también hay una serie de productos orientados a cubrir las necesidades de aquellas personas con patologías digestivas (celíacos, intolerantes a la lactosa, etc.).

Por otro lado, con las nuevas tendencias de consumo y la entrada de los restaurantes en el hogar a través del 'delivery', se ha producido un aumento de la oferta de platos preparados por parte de la distribución alimentaria y muchos supermercados e hipermercados cuentan con su propia línea de comida "lista para llevar".

En este sentido, el consumo de platos preparados a temperatura ambiente o “comida ambient”, que se disfrutan en latas o en formatos aptos para el microondas, se ha disparado en los últimos años.

No obstante, en 2022 el crecimiento fue mucho más desigual, con productos a base de legumbres que volvieron a subir en ventas y otros a base de carne que perdieron cuota de mercado.

Así, por ejemplo, los platos preparados de legumbres y vegetales representaron en 2022 el 62% del volumen comercializado en libre servicio, según la consultora Circana. Los platos “ambient” a base de carne representaron el 24% y los de verduras el 9%. Los platos a base de pasta y de arroz sumaron el 5% restante de las ventas en volumen.

Las marcas de distribución (MDD) lideran el mercado en libre servicio (hipermercados y supermercados de más de 100 metros cuadrados). En 2022 aumentaron su cuota de mercado debido al encarecimiento general de los precios y superaron el 54% de la cuota de mercado.

El tirón de la demanda ha hecho que muchas empresas nuevas se lanzaran a la producción de legumbres y verduras a temperatura ambiente en 2022.

Igualmente, en los últimos años también han crecido las ventas de caldos, cremas y platos deshidratados (llamados “otras soluciones ambient”). En este crecimiento tuvieron mucho que ver las nuevas ofertas de cremas de verduras, así como también las recetas orientales. ■

PRODUCTOS DESHIDRATADOS

Según datos de la consultora Circana la comercialización de caldos, cremas y otros platos deshidratados durante 2022 experimentó un crecimiento mínimo y una fuerte subida de precios en el libre servicio. Por segmentos, el mejor comportamiento fue para el sector de los caldos, cuyas ventas se vieron impulsadas tras varios años de estancamiento por las novedades que aparecieron en el mercado. También los productos deshidratados aguantaron bien el tirón y cerraron el año con resultados positivos.

En el sector industrial las posiciones se mantuvieron estables. Las primeras empresas del ranking son parte de grandes grupos internacionales con marcas muy reconocidas en el mercado de la comida deshidratada asiática y en el de las sopas. También hay empresas directamente importadoras que ocupan posiciones destacadas en este sector.

Las marcas de distribución (MDD) tienen una posición dominante, especialmente en segmentos como el de la sopa. ■

COMIDA ÉTNICA

La comida étnica en su conjunto siguió creciendo en 2022, como ya lo había hecho en años anteriores. En algunos sectores como el de los platos japoneses (sushi, etc.) o el de los mexicanos, el crecimiento fue mayor que el del resto.

También están creciendo de manera significativa las ventas de platos de origen árabe, como el humus o el tabulé. Asimismo, en los últimos años ha comenzado a introducirse en el mercado un plato de origen hawaiano que se denomina “poke” (pescado crudo con una base de arroz, verduras y frutas), que se ha adaptado a los gustos del consumidor español.

No obstante, a pesar de los buenos datos, el porcentaje de comida étnica entre los platos preparados que se comercializan en España es todavía muy bajo.

El sector empresarial de las comidas étnicas está compuesto por especialistas sectoriales y por las grandes compañías alimentarias multinacionales que mantienen esa línea de negocio entre todas sus ofertas. El primer grupo en facturación es una multinacional con negocios en casi todas las áreas; el segundo es un grupo español cuyo principal negocio es el pescado congelado y el tercero está muy introducido en el segmento de la comida asiática deshidratada.

Las marcas blancas (MDD) son también muy importantes en el mercado, especialmente en segmentos como los platos mexicanos.

Además de las empresas productoras también hay un nutrido grupo de importadores de alimentos étnicos. ■

PIZZA FRESCA, SANDWICH Y BOCADILLOS

Las ventas de sándwiches y bocadillos durante 2022 volvieron a crecer, a pesar del incremento de los precios de las materias primas.

La Encuesta Industrial de Producto, que publica anualmente el Instituto Nacional de Estadística (INE), estima que la producción de alimentos perecederos, como la pizza fresca y los sándwich, en 2022 se acercó a las 44.419 toneladas, un volumen que superó en 7.400 toneladas al del año anterior, lo que da una idea de la positiva evolución de este sector pues en los años anteriores también creció en cifras similares.

El valor alcanzado por estas producciones, según el INE, superó los 158 millones de euros, cuando un año antes no había llegado a 121 millones.

El mercado de los sándwich lleva muchos años evolucionando positivamente porque ha sabido adaptarse muy bien a las tendencias del mercado. Tras la recuperación

del canal HORECA después de la pandemia, el sector volvió a crecer.

Todas las empresas del sector del bocadillo aumentaron su facturación en 2022. La primera en volumen de producción sacó al mercado unos 38 millones de unidades (casi 10 millones más que un año antes, que también fue muy bueno), mientras que la segunda también creció hasta los 16,1 millones y la tercera hasta los 9,5 millones, casi el doble que un año antes. La cuarta empresa del ranking, especializada en marca de distribución (MDD), vendió 3,3 millones.

Entre las novedades que aparecieron en el mercado durante 2022 destacaron los nuevos formatos (flautas, perritos, productos sin gluten, etc.) y también los bocadillos de inspiración internacional (México, Estados Unidos, países asiáticos, etc.). Asimismo, entre los emparedados se optó más por los ingredientes autóctonos. ■

ALIMENTOS PLANT-BASED

La oferta de alimentos plant-based (productos elaborados a base de proteínas vegetales) crece de año en año, impulsada por una industria que apuesta por este tipo de productos. En el año 2022 crecieron las ventas de todo tipo de productos plant-based, desde las bebidas vegetales, a los postres y yogures, pasando por productos de nueva creación.

En este sentido, en la cada vez más extensa gama de alimentos plant-based destacan las imitaciones vegetales de carnes y embutidos, hechas con legumbres como las lentejas, los guisantes, las alubias o la soja. Normalmente, el contenido en sal que tienen estos productos es muy bajo y al estar hechas con ingredientes vegetales y no contener azúcares añadidos, son también alimentos ricos en grasas poliinsaturadas.

Atendiendo a los datos publicados por el Good Food Institute Europe, en 2022 el mercado español de productos plant-based alcanzó un valor de 447,4 millones de euros, con un crecimiento global del 4%. En este dato no están incluidas las ventas de yogures y postres vegetales, que se estiman en torno a los 90 millones de euros.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR PLANT BASED	
EMPRESA	Mill. Euros
ALPRO PROTEIN (DANONE) (*)	750
NOEL ALIMENTARIA SA (VERDAY) (*)	440
DACSA GROUP (*)	356,1
PADESA (ALDELIS) (*)	350
SORIA NAURAL (*)	33
PRODUCTOS TREVIJANO, S.L (*)	6,36

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

De todos los productos plant-based son las bebidas vegetales las que más se consumen y las que representan el grueso de las ventas. En 2022 se produjo un crecimiento del 4% en volumen.

Por su lado, las imitaciones cárnicas no reaccionaron del mismo modo y registraron una caída de ventas del 8% en volumen.

Los datos publicados por el Good Food Institute Europe situaron a España como el cuarto país europeo en consumo de alimentos plant-based, por detrás de

Alemania, Reino Unido e Italia, que alcanzaron una mayor facturación por la venta de estos productos. No obstante, en lo referente a las bebidas vegetales España se situó en segundo lugar, por detrás de Alemania.

La industria nacional continuó impulsando la configuración de la categoría plant-based, principalmente en los segmentos de las bebidas vegetales como alternativa a los refrigerados lácteos y también en las gamas de sustitutivos de productos cárnicos. ■

CONSUMO Y GASTO EN PLATOS PREPARADOS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 757,1 millones de kilos de platos preparados y gastaron 3.669,9 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 16,4 kilos de consumo y 79,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las sopas y cremas (6,0 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 (2,0 kilos per cápita). En términos de gasto, las pizzas concentran el 19,9% del gasto, con un total de 15,8 euros por persona, seguido por los platos preparados congelados, con un porcentaje del 18,5% y un total de 14,7 euros por persona al año. A continuación, se encuentran los platos preparados en conserva, con el 17,0% y 13,5 euros por persona, y los sopas y cremas, con el 11,7% y un total de 9,3 euros por persona al año. El resto de platos preparados acapara el 26,2% restante, con un total de 20,8 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN PLATOS PREPARADOS DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PLATOS PREPARADOS	757,1	16,4	3.669,9	79,3
PLATOS PREPARADOS CONSERVA	93,9	2,0	622,2	13,5
CONSERVA CARNE	33,8	0,7	282,0	6,1
CONSERVA PESCADO	2,7	0,1	28,6	0,6
CONSERVA VEGETAL	39,4	0,9	184,3	4,0
CONSERVA LEGUMBRE	18,4	0,4	65,5	1,4
CONSERVA PASTA	18,1	0,4	127,3	2,8
PLATOS PREPARADOS CONGELADO	116,9	2,5	678,2	14,7
CONGELADO CARNE	32,1	0,7	165,0	3,6
CONGELADO PESCADO	38,3	0,8	260,0	5,6
CONGELADO VEGETAL	18,1	0,4	88,8	1,9
CONGELADO PASTA	16,9	0,4	81,5	1,8
OTROS PLATOS PREPARADOS CONGELADOS	11,5	0,2	82,9	1,8
SOPAS Y CREMAS	278,8	6,0	430,1	9,3
GAZPACHO Y SALMOREJO	79,5	1,7	167,6	3,6
SOPAS Y CREMAS HORTALIZAS	37,8	0,8	66,3	1,4
PIZZA	105,4	2,3	732,2	15,8
PASTA RESTO	12,7	0,3	135,0	2,9
TORTILLAS REFRIGERADAS	26,5	0,6	108,1	2,3
OTROS PLATOS PREPARADOS	122,8	2,7	964,1	20,8

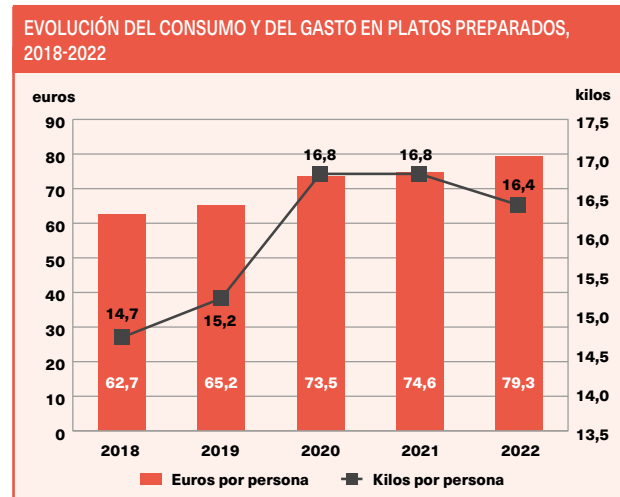
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de platos preparados durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

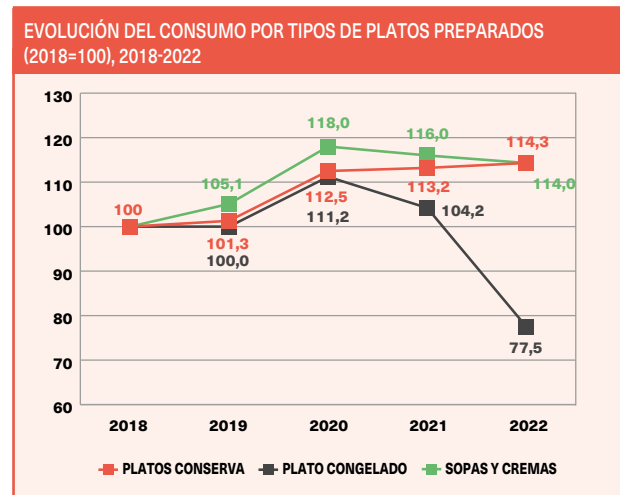
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de platos preparados, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños mejores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra trabaja fuera del hogar, el consumo de platos preparados es superior.
- En los hogares donde compra una persona con 65 o más 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 menos de 35 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, hogares monoparentales y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Región de Murcia y Comunidad de Madrid cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Asturias, Navarra y Galicia

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

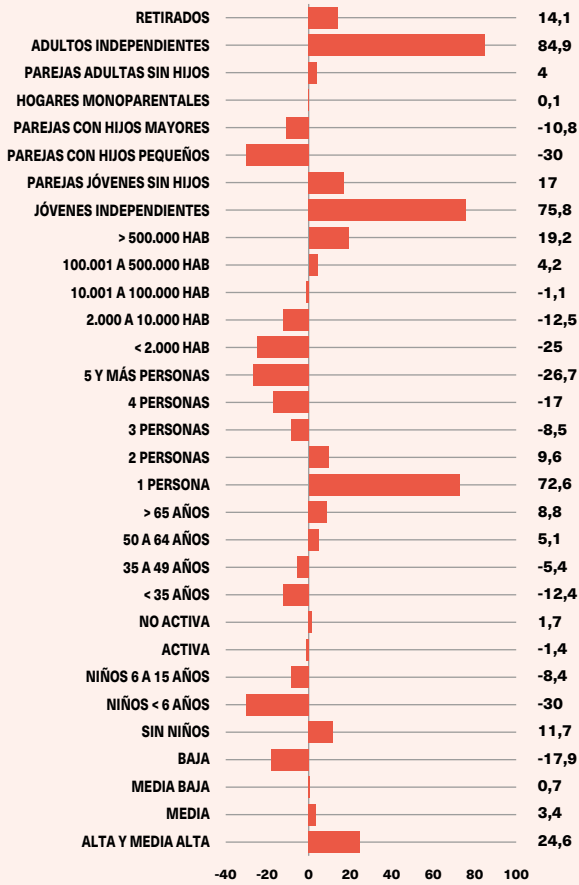
Durante los últimos cinco años, el consumo de platos preparados ha aumentado 1,7 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 16,6 euros per cápita. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produce en el año 2021 (16,8 kilos) mientras que el gasto más cuantioso se registra en el año 2022 (79,3 euros por consumidor).



En la familia de platos preparados, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido favorable para todos los platos en conserva y las sopas y cremas mientras que se ha producido un retroceso en platos congelados. Respecto a la demanda de 2018, el consumo de platos preparados en conserva y sopas y cremas aumenta mientras que en platos preparados congelados se reduce.



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

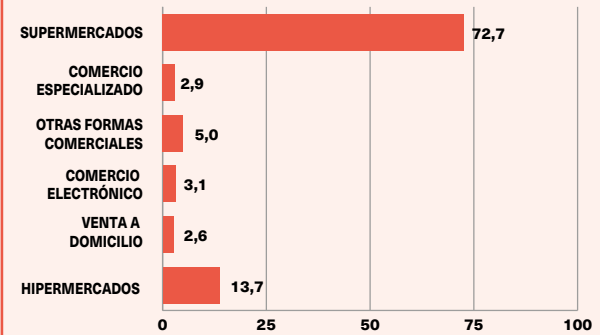


* Media nacional = 18,4 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de platos preparados a los supermercados (72,7% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 13,7% y los establecimientos especializados llegan al 2,9%. La venta a domicilio representa el 2,6%, mientras que el comercio electrónico llega al 3,1%. Finalmente, otras formas comerciales alcanzan una cuota del 5,0% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PLATOS PREPARADOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



CALDOS Y SOPAS

CONSUMO Y GASTO EN CALDOS Y SOPAS

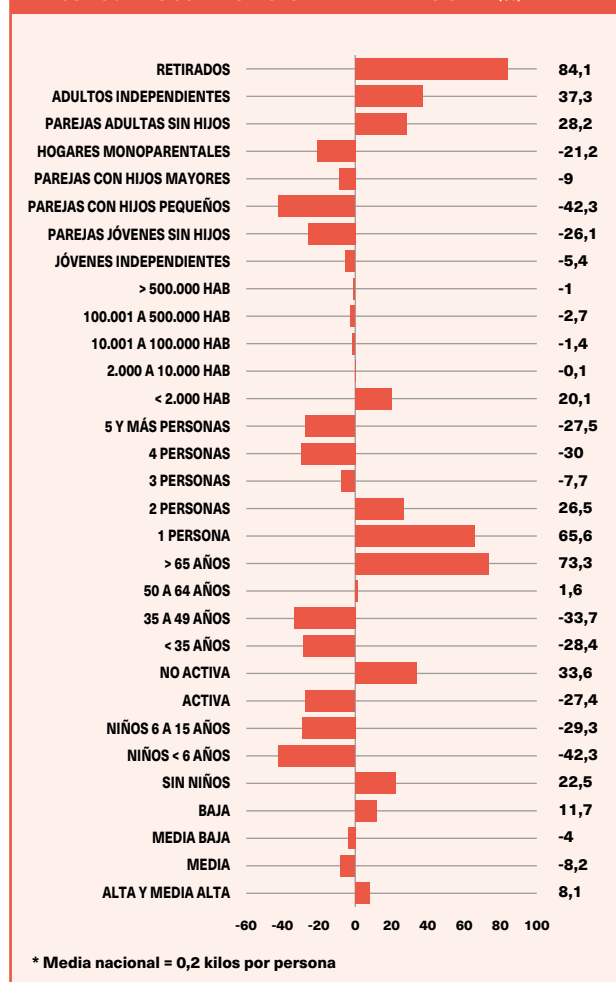
Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 7,4 millones de kilos de caldos y sopas y gastaron

81,6 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,2 kilos de consumo y 1,8 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN CALDOS Y SOPAS DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL CALDOS Y SOPAS	7,4	0,2	81,6	1,8

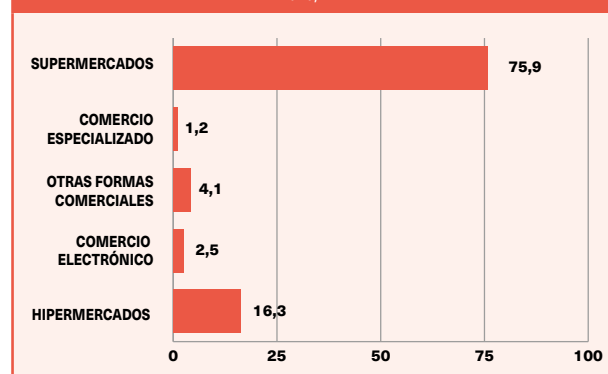
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CALDOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de caldos y sopas a los supermercados (75,9% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 16,3% y los establecimientos especializados llegan al 1,2%. El comercio electrónico con 2,5% y otras formas comerciales con 4,1% cubren la cuota restante.

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CALDOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



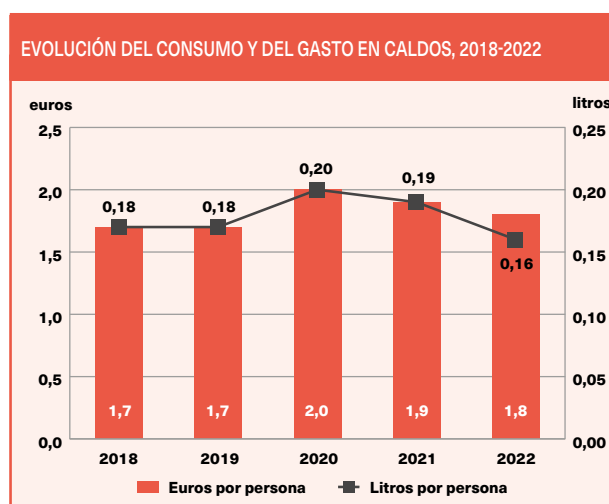
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de caldos y sopas durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

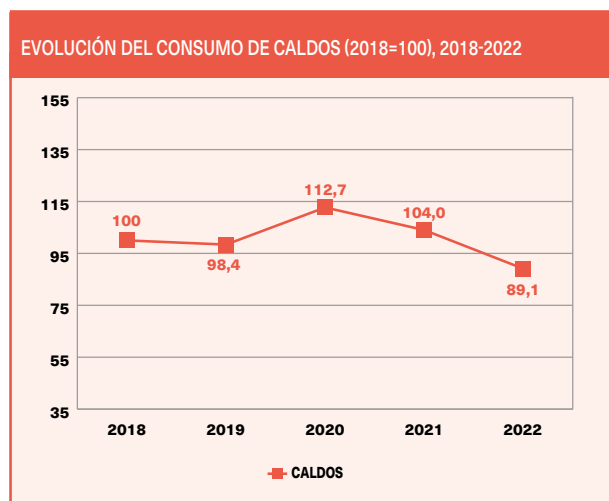
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de caldos y sopas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de caldos y sopas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de caldos y sopas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de caldos y sopas, mientras que los índices son más reducidos en aquellos hogares formados por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de caldos y sopas, mientras que los consumos menores tienen lugar en los núcleos de población entre 100.000 y 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, 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 Cataluña, Región de Murcia, Andalucía y, sobre todo, Canarias.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de caldos se había mantenido estable aunque en el año 2020 se produce un incremento motivado por los efectos de la COVID-19 que se corrigen a la baja tanto en el año 2021 como en el año 2022. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020, con 0,20 kilos, mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2020 (2,0 euros por consumidor).



En el periodo 2018-2022 y respecto a la demanda de 2018, el consumo de caldos estaba disminuyendo pero experimentó un repunte durante el ejercicio 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 que se ajusta a la baja en los dos últimos años (queda por debajo).





PRODUCTOS DIETÉTICOS

El sector de los productos dietéticos es muy heterogéneo y difícil de cuantificar, aunque cada vez hay más empresas que se lanzan a producir este tipo de alimentos.

A pesar de que no hay datos fiables, desde distintas consultoras se estima que el mercado está en franco crecimiento y supera en facturación los 1.200 millones de euros anuales.

Los márgenes de crecimiento para este sector continúan siendo grandes ya que los niveles de consumo registrados en España están todavía muy por debajo de los de la mayoría de los países de la Unión Europea.

La oferta de alimentos funcionales en España incluye toda una serie de productos que tienen un peso muy variado en el mercado. Por su volumen de ventas, el principal producto en el sector de los alimentos dietéticos son los complementos alimenticios, que son preparados que contienen vitaminas y/o minerales, y que se utilizan en casos de carencia (una dieta inadecuada, deporte intenso, la falta de horas de sueño, estrés, etc.) constituyen la principal partida (acaparan el 39% de las ventas).

Tras los complementos alimenticios están los alimentos para trastornos metabólicos (29% de las ventas) y después los alimentos para dietas hipocalóricas y las hierbas medicinales.

Desde el punto de vista del surtido, el producto dietético que más espacio ocupa en los lineales de la distribución son las galletas, donde además las marcas de productor (MDF) tienen una presencia relevante.

Los snacks y la leche de soja son los otros dos productos que más espacio ocupan en los lineales de produc-

tos dietéticos, llegando en algunos supermercados e hipermercados a superar a las galletas.

El mercado tiene características especiales como su alto grado de atomización, pues los tres primeros fabricantes del sector copan el 45% del mercado.

Otra característica de este mercado es que la marca de distribución (MDD) no está muy implantada, aunque hay operadores que han desarrollado su propia gama de productos con marca blanca. Se estima que las MDD representan en este mercado el 10% del total de ventas en volumen, mientras que la primera oferta con marca de fabricante (MDF) llega hasta el 40 %.

La última diferencia de este mercado con respecto a otros es que cada cadena de distribución ha desarrollado su línea de ventas de una forma distinta.

Si bien el consumo de alimentos dietéticos y complementos alimenticios ha crecido de forma notable en los últimos años, los niveles de consumo están claramente por debajo de los registrados en la mayoría de los países de la Unión Europea.

Se estima que un 45% de los alemanes consume alimentos dietéticos de manera regular, mientras que en el caso de los franceses el porcentaje se reduce hasta el 30 % y en el de los habitantes del Reino Unido hasta el 25 %.

En España, algo menos del 20 % declara consumir o haber consumido en el último año alimentos dietéticos. Esas personas tienen un perfil predominante urbano, en especial se trata de residentes en las grandes áreas de Madrid y Barcelona, y tienen menos de 50 años.

Un rasgo muy típico del consumo español de alimentos dietéticos es su fuerte estacionalidad, ya que en torno a un 70 % de todas las demandas se concentra en el periodo estival.

Según un estudio de la consultora Nielsen, un 30% de los consumidores españoles lleva ya una dieta flexitariana; un 3% vegetariana y otro 3% vegana.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Hace unos años, eran sólo unas pocas empresas las que trabajaban en el mercado de los alimentos dietéticos, pero últimamente el auge de la demanda ha hecho que muchas otras se hayan incorporado a este mercado.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN DIETÉTICA E INFANTIL

EMPRESA	Mill. Euros
Nestlé España, S.A. Grupo *	2.364
Cerealto Siro Foods, S.L. *	390
Vicky Foods Products *	283
Hero España, S.A. *	180
Abbott Laboratories, S.A. – División Nutrición	150
Laboratorios Ordesa, S.L. *	120
Liquats Vegetals, S.A. *	85,1
Alimentación y Nutrición Familiar S.L. (ALNUT)	34

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

El sector empresarial de productores y comercializadores de alimentos dietéticos está compuesto por varios centenares de empresas, muchas de ellas de dimensión muy pequeña o mediana.

En este sentido, hace años el sector estaba copado por pequeñas empresas relacionadas con la parafarmacia o las hierbas medicinales, pero en la actualidad se encuentra dominado por unos pocos grupos que, en algunos casos, son filiales de compañías multinacionales.

En cuanto a la distribución comercial, el mercado de los productos dietéticos también tiene sus propias características. Así, los herbolarios han sido tradicionalmente el canal de distribución de estos alimentos, pero esa situación ha cambiado de manera radical en los últimos años con la aparición de una serie de cadenas de distribución de alimentos dietéticos y ecológicos.

Aproximadamente se estima que existen en España alrededor de 200 supermercados especializados en alimentos dietéticos.

El líder de este segmento tiene casi 60 puntos de venta y factura más de 70 millones de euros, mientras que el segundo llega a más de 30 supermercados y factura más de 23 millones de euros.

Aparte de los supermercados dietéticos y de los herbolarios, las farmacias tienen también una cuota significativa en la venta de algunas ofertas muy específicas de productos dietéticos.

Asimismo, es importante la irrupción de la gran distribución organizada en la comercialización de los alimentos dietéticos. Se considera que, en la actualidad más de un 70% de la oferta se vende en los lineales de las grandes cadenas de distribución alimentaria y ese porcentaje tiende a crecer de año en año. ■

PRODUCTOS FUNCIONALES

Muy directamente relacionados con los productos dietéticos están los alimentos funcionales, que son aquellos que tienen consecuencias positivas para el organismo y contribuyen a un mayor estado de salud y bienestar.

Las diferencias entre los productos funcionales y los dietéticos o los complementos alimenticios, muchas veces son difíciles de precisar.

Las versiones saludables de los alimentos vendidos en España pueden rondar los 1.100 millones de euros anuales y representar algo menos del 20% del total vendido en volumen. Estas ofertas son muy interesantes para los fabricantes, ya que aportan un mayor valor añadido a sus producciones.

En algunos sectores, los alimentos funcionales parecen haber llegado a su tope y su mercado presenta síntomas claros de madurez. Es el caso de los yogures funcionales, donde las demandas se han reducido, aunque todavía tienen unas importantes ventas (cerca de los 830 millones de euros anuales). Algo similar ocurre con los cereales funcionales, lastrados por problemas de demanda general. En el último ejercicio, sus ventas en el mercado nacional cayeron por debajo de los 124 millones de euros.

Por el contrario, hay sectores en los que el margen de crecimiento sigue siendo amplio. Tal es el caso de la leche, donde la gama funcional crece a un ritmo de del 4%

anual. Dentro de este segmento, son las leches sin lactosa las que muestran un comportamiento más dinámico.

En el caso de las galletas, el crecimiento de la gama funcional es más moderado, por lo que el sector productor estima que hay mucho margen para crecer.

Por su lado, las bebidas funcionales suponen el 45% de todo ese mercado en valor y el 48% en volumen, aunque su crecimiento se ha visto paralizado en los últimos ejercicios, según las consultoras. En el caso de las bebidas de cola, las referencias más saludables (zero y light) copan ya el 48% del consumo.

Finalmente, dentro del pan de molde, las referencias integrales crecen también a un ritmo de más del 1 % anual.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

No hay un sector empresarial de alimentos funcionales en sentido estricto, ya que estos productos son parte de la oferta de las empresas agroalimentarias y están presentes en todos los principales sectores.

De manera general, los fabricantes de alimentos funcionales tienden a ser grandes grupos empresariales, ya que suele ser necesaria una fuerte inversión en I+D+i para sacar adelante una oferta viable de alimentos funcionales. En algunos casos concretos, aparecen especialistas que han conseguido posicionar en los mercados algún producto saludable específico, aun-

que estos hechos constituyen excepciones dentro de un mercado dominado por los grandes grupos alimentarios, muy a menudo de carácter multinacional.

Algunos de estos enormes operadores apuestan de forma decidida por este tipo de productos y están reconvirtiendo sus catálogos para reforzar estas ofertas.

ALIMENTACIÓN PARA DEPORTISTAS

El sector de la alimentación especializada para deportistas no consiguió en 2021 recuperar los niveles previos a la pandemia. La nutrición deportiva había registrado tasas de crecimiento importantes hasta 2020, pero con las restricciones a la movilidad, el crecimiento se frenó en seco.

Aunque no existen datos muy precisos, algunas consultoras han estimado que la producción de los alimentos destinados a deportistas alcanza las 590 toneladas anuales y de este volumen, la mayor parte serían proteínas y el resto carbohidratos, aminoácidos y quemadores de grasa. Dentro de los alimentos con proteínas, el mercado lo dominan las barras (aproximadamente el 70% del total), seguidas de las presentaciones en polvo.

En los últimos años, los productos naturales y menos agresivos con el medio ambiente han ganado peso entre los gustos del consumidor. Por el contrario, los suplementos y elaborados de manera artificial o que incorporan aditivos ultraprocesados han perdido protagonismo.

Se estima también que el 30% de las ventas en este mercado se producen en el retail o mercado minorista. Asimismo, la marca de distribuidor (MDD) domina el

La importancia de las marcas de distribución (MDD) depende de la consolidación del producto funcional. Así, en los casos en que se encuentran claramente asentados y cuentan ya con un largo recorrido, son las marcas blancas las que han conseguido acaparar la mayoría de las ventas, como ocurre, por ejemplo, con la leche. ■

mercado con casi el 40,6 % de las ventas en volumen y en valor, mientras que la primera marca de fabricante (MDF), que es alemana, tiene una cuota del 14 % en volumen y el 16,2% en valor.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Este mercado está dominado por las empresas extranjeras y los productos de importación. La firma alemana Weider domina el mercado como primera marca de fabricante tanto en volumen como en valor. La segunda empresa del sector es la portuguesa Prozis, que irrumpió en el mercado en el año 2020 y ya cuenta con una cuota de casi el 12,5% en volumen, según estimaciones de la consultora IRI, así como del 11,7% en valor.

También hay empresas españolas líderes en otros mercados como por ejemplo en de los dulces navideños, que se están introduciendo en el sector de la nutrición deportiva ofreciendo productos como las barras de carbohidratos y proteínas.

Además de mantener su línea ecológica, algunas de las principales empresas de este sector han desarrollado nuevos productos para el mercado vegano. ■

COMPLEMENTOS ALIMENTICIOS

Una dieta adecuada y equilibrada proporciona ya los nutrientes necesarios para el normal desarrollo y mantenimiento de un organismo sano, pero según algunas investigaciones, hay veces que eso no sucede en la práctica para todos los nutrientes, ni para todos los grupos de población.

Para completar esos nutrientes que faltan se usan los complementos alimenticios, que son concentrados de nutrientes que sólo se deben tomar en las dosis recomendadas en el etiquetado del producto, según recomienda la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN). De acuerdo con la Encuesta Industrial de Productos que publica el INE, se fabricaron en 2022 un total de 63.756,8 toneladas

de estos suplementos (productos para el consumo humano destinados a proporcionar nutrientes), que alcanzaron un valor de 517,3 millones de euros. Comparando estos datos con los del año anterior se observó un aumento del 57,5% en volumen y del 71,7% en valor.

Existe una amplia gama de nutrientes y otros elementos que pueden estar presentes en los complementos alimenticios incluyendo, entre otros, las vitaminas, minerales, aminoácidos, ácidos grasos esenciales, fibra. En el caso de las vitaminas y minerales, sólo podrán utilizarse en la fabricación de complementos alimenticios las vitaminas y minerales previstos por la legislación comunitaria. ■

ALIMENTACIÓN INFANTIL

Directamente relacionado con la baja natalidad, el sector de los alimentos para bebés continuó en 2022 por la senda descendente de los últimos años. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, el número de nacimientos en España continuó a la baja en 2022, alcanzando la cifra más baja desde el inicio de las series históricas en 1941. En total, nacieron 329.812 niñas y niños, un 2% menos que en 2021.

Se considera que un/a niño/a español/a consume alrededor de 44 kilos de potitos y comidas infantiles al año. Además, se estima que su consumo de harinas y papillas ronda los 34 kilos anuales, a los que habría que añadir unos 30 litros de leches infantiles. El consumo de zumos infantiles sigue siendo todavía poco importante. Actualmente, el consumo promedio de alimentos infantiles está por debajo del que tienen otros países similares a España.

El mercado total de alimentos infantiles en la distribución alimentaria durante 2022 se acercó a las 55.000 toneladas y los 226 millones de euros. Los productos listos para tomar (potitos, postres lácteos, galletas, papillas líquidas y zumos) aportan más del 50% del valor total de estos alimentos y después se sitúan las leches infantiles y los cereales.

Otras estimaciones más amplias, en las que se incluyen leches en polvo, líquidas de continuación y creci-

miento, cereales y papillas, potitos-tarritos, consideran que este mercado puede llegar a mover hasta los 250 millones de euros.

Dentro la caída general que registran las ventas, la única categoría que muestra un gran dinamismo es la de los productos ecológicos, aunque todavía ese crecimiento no es suficiente para reflotar el sector pues su importancia en el conjunto todavía es reducida (representan el 7% del total).

El consumo de alimentos infantiles en nuestro país se concentra en las zonas urbanas, sobre todo en las grandes ciudades, seguidas por las zonas sur y del centro peninsular.

Las marcas de distribuidor (MDD) han asaltado el mercado de los alimentos infantiles y desde hace algunos años van arañando cuota a las marcas tradicionales de fabricante, que todavía dominan en el mercado.

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

La distribución comercial de los alimentos infantiles tiene una peculiaridad: la venta en farmacias y parafarmacias.

Hasta hace unos años, las farmacias acaparaban la práctica totalidad del comercio de alimentos infanti-



les, pero poco a poco van perdiendo peso a favor de la distribución organizada, que ha irrumpido con fuerza en este mercado, aunque las farmacias continúan teniendo su principal fortaleza en las leches y fórmulas infantiles en polvo y sus ventas duplican en valor las de los establecimiento de distribución organizada (190 millones de euros frente a 83 millones).

La distribución organizada, por el contrario, controla ya la gran mayoría de las ventas de potitos, comidas infantiles, cereales, yogures, zumos o snacks infantiles.

Los dos líderes sectoriales mantienen posiciones dominantes en los dos canales de distribución pero, normalmente, hay empresas especializadas en uno u otro de los canales de distribución.

ALIMENTOS PARA NIÑOS

Además de los alimentos para bebés, hay también una heterogénea oferta de alimentos para niños.

Los alimentos para niños se caracterizan por unas presentaciones, formatos, colores, sabores, etc., que resultan atractivos para ese público. De manera genérica, se estima que las ventas de ofertas dirigidas a niños y adolescentes pueden alcanzar una facturación superior a los 750 millones de euros anuales.

Las ofertas más clásicas son las de galletas y bollería, alimentos para desayuno y merienda, dulces y caramelos, algunos productos lácteos, ciertos refrescos, etc. A ese núcleo tradicional se han venido añadiendo en los últimos tiempos otros productos en los sectores de pastas alimenticias, cárnico, (salchichas, embutidos, patés y foie gras, etc.), platos preparados y precocinados, snacks, etc.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de alimentación infantil está atravesando una fase de cambios provocados por la caída de la demanda. Con una natalidad en retroceso, actualmente el sector de los alimentos ecológicos es el único que crece y a él se están incorporando varias empresas del sector.

Las marcas de distribuidor (MDD) también están apostando por la certificación ecológica para mejorar su posicionamiento en esta categoría.

El sector de las empresas fabricantes y distribuidoras de alimentos infantiles en España está dominado por algunos grandes grupos que, muy a menudo, son filiales de enormes compañías multinacionales. Los alimentos infantiles constituyen una línea de negocio dentro de una oferta mucho más amplia vinculada con sectores afines, como la leche, las galletas, los cereales, etc. Junto a estos líderes sectoriales aparecen algunas empresas especialistas de capital esencialmente español, con nichos concretos de mercado en

los que tienen una fuerte penetración y, también, algunos laboratorios farmacéuticos que incluyen entre sus ofertas algún alimento infantil, principalmente dentro del canal de las farmacias.

El primer grupo dentro del sector de la alimentación dietética e infantil es una de las más grandes compañías alimentarias a nivel mundial. En el último año registró una facturación de 1.900 millones de euros anuales (la cifra incluye datos de otras muchas líneas de negocio).

El segundo operador en este mercado tiene unas ventas que rondan los 620 millones de euros y el tercero se queda en torno a los 320 millones.

No existen datos contrastados, pero las dos cadenas alimentarias que más impulsan este mercado han hecho una apuesta muy firme por presentar y diversificar sus propias referencias de alimentos infantiles, una basada en los productos ecológicos y la otra en ofertas más convencionales.

COMERCIO EXTERIOR

No hay datos contrastados sobre el comercio exterior de alimentos infantiles, pues muchos movimientos entre distintas filiales de las grandes compañías multinacionales que controlan la mayor parte del mercado no quedan reflejadas en las estadísticas.

El principal fabricante de nuestro país exporta el 70% de la producción de su fábrica de papillas infantiles a países de Oriente Medio, Reino Unido y Francia. Por su lado, el principal proveedor de la cadena alimentaria más importante tiene su otro pilar de crecimiento en la internacionalización (las exportaciones suponen el 30% de sus ventas) y sus productos se encuentran en 12 países de 4 continentes.

En cuanto a las importaciones, se estima que pueden superar las 220.000 toneladas anuales ■

ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS

El sector industrial de las especias y condimentos mantuvo su solidez en 2022, a pesar de que volvieron a registrarse ese año descensos en el consumo.

Según los datos del Panel de Consumo que publica el Ministerio de Agricultura, en 2022 el mercado de especias y condimentos decreció un 11% en volumen y un 3,3% en valor. El consumo total en los hogares de especias y condimentos llegó a los 6 millones de kilos, por un valor de 140,1 millones de euros (3,3% menos). El consumo per cápita disminuyó también un 11% hasta los 0,13 kilos.

Las ventas de especias, hierbas y condimentos en hipermercados y supermercados aumentaron un 14% en volumen. Entre las primeras, destacaron por el volumen comercializado el pimentón, la pimienta, el colorante y la canela. Por su parte, entre las segundas sobresalieron las ventas de ajo (el 50% del total) y de orégano.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de empresas de especias y condimentos se caracteriza por su gran atomización. Se encuentran en actividad alrededor de 70 empresas que superan el millón de euros anuales de facturación.

El líder sectorial, con producciones en otros sectores, facturó en 2022 sólo por las especias y condimentos unos 130 millones de euros, con una producción de 35.000 toneladas, mientras que la segunda empresa (con una marca de fabricante muy reconocida en el mercado) llegó a 71 millones de euros (su producción rondó las 4.500 toneladas) y la tercera, a 55 millones de euros (con datos de facturación de otros sectores). Finalmente, la cuarta empresa facturó cerca de 38 millones de euros en el ejercicio 2022 y el resto de las compañías quedaron por debajo de los 35 millones de euros.

Las marcas de distribución (MDD) tienen una gran importancia también en este mercado por los precios más baratos. En 2022 representaban casi el 72% de las ventas en volumen en hipermercados y supermercados, mientras que la primera oferta con marca de fabricante (MDF) tenía una cuota del 8,4% y la segunda del 6,4%, según la consultora IRI. Al contrario que en año precedente, en 2022 disminuyó la cuota de las MDD y aumentó la de las MDF.

COMERCIO EXTERIOR

España era hasta hace unos años un país importador de muchas especias que no se cultivaban en el territorio nacional, pero actualmente los principales fabricantes y comercializadores de especias han conseguido vender fuera de nuestras fronteras una parte significativa de su producción.

En 2022 se exportaron especias y hierbas por un volumen de 113.463 toneladas, un volumen similar al del año anterior. Los principales mercados de destino de estas exportaciones fueron Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Alemania, Países y Portugal. Asimismo, el pimentón, el azafrán y, en menor medida, el orégano fueron las principales especias exportadas.

Por su parte, las importaciones alcanzaron las 102.125 toneladas, según datos de Comercio. Este volumen fue inferior en un 5,6% al de las compras del año 2021. Los países que más vendieron a España fueron China (casi el 50%), Perú, Irán, India y Vietnam. El primer país europeo que más especias vendió a España fue Alemania y, en general, las especias más importadas fueron pimienta, canela y nuez moscada. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS ESPECIAS

EMPRESA	Mill. Euros
Sabater Spices (Grupo)	130
Jesús Navarro S.A.(Carmencita)	71
Manufacturas Ceylan, S.L.	55
Juan José Albarracín S.A.	37,8
Paprimur S.L.	34,8
Pimursa S.L.	33,5
Juan Navarro García S.A.	21,3
Conservas Dani, S.A	20,7
Mccormick España, S.A.	16,9
Félix Reverte, S.A.	14

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022

SALSAS

El mercado español de las salsas siguió creciendo en 2022, gracias al tirón del sector de la hostelería y la restauración, ya que el consumo de estos productos en los hogares volvió a caer, como en el año anterior. La producción por su lado experimentó un notable crecimiento.

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos que publica el INE, la producción industrial de salsa de tomate y "kétchup" alcanzó en 2022 las 413.874 toneladas (3.000 más que un año antes) por un valor de 453 millones de euros (106 millones más).

Por su lado, la producción de mayonesa y otras salsas emulsionadas llegó a 247.152,8 toneladas (43.000 más que en 2021), por un valor de 496 millones de euros (178 millones más). Asimismo, se produjeron en las industrias 5.353 toneladas de mostaza elaborada, por un valor de 12,6 millones de euros, y salsa de soja (128 toneladas en total).

Finalmente, también se produjeron 109.474 toneladas de otras salsas y condimentos compuestos, que el INE no especifica, por un valor de 495 millones de euros. Esta última producción de salsas fue notablemente superior a la del año anterior.

Por su lado, según los datos del Panel del Ministerio de Agricultura, se consumieron en los hogares 126,3 millones de kilos de salsas, un 5,8% menos que en 2021, por un valor de 577,4 millones de euros, un 10,8% más.

El consumo per cápita se redujo un 5,7% hasta los 2,73 kilogramos. Las salsas más consumidas son el tomate frito, la mayonesa y el kétchup, pero también van ganando cuota de mercado otras como la mostaza y las salsas para cocinar.

El sector de las salsas lleva años apostando por los envases de vidrio para sus novedades de alta gama y por los productos más saludables (menos sal, menos azúcar, etc.).

A este respecto, el subsector de la mayonesa, que es la segunda salsa más consumida en España, es el que más se ha decantado por productos saludables en los últimos años.

Asimismo, otra novedad es la entrada en el mercado de salsas elaboradas de productos con receta de grandes cocineros.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las salsas es muy atractivo para las grandes compañías. Entre las principales empresas del sector aparecen grandes grupos de carácter internacional, junto a especialistas de sectores afines, básicamente de conservas vegetales y aceite.

El principal fabricante de salsas ambiente en volumen (no en facturación como grupo), es una conservera que tiene su fortaleza en el tomate frito y produjo en 2022 cerca 96.000 toneladas anuales.

El segundo es una filial de una compañía multinacional, con una producción anual de 80.000 toneladas entre tomate, kétchup y mayonesa, mientras que la tercera empresa en volumen producido también es local y sobresale en salsa de tomate, con una producción anual por debajo de las 48.000 toneladas.

Dentro del sector industrial de las salsas para cocinar y deshidratadas hay especialistas de origen italiano, junto a grandes grupos multinacionales, y algo similar ocurre entre las salsas frescas.

Las marcas de distribución (MDD) tienen mucha importancia en el mercado de las salsas, acaparando en 2022 el 74% del volumen de tomate frito comercializado en hipermercados y supermercados, según datos de la consultora IRI. En el caso del kétchup, el porcentaje fue del 50% y en el de la mayonesa, del 39%. En este último caso, el primer grupo marquista, que tiene varias marcas, incluida una baja en calorías, obtuvo

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE SALSAS REFRIGERADAS Y EN AMBIENTE

EMPRESA	Mill. Euros
Nestlé España, S.A. * Grupo	2.364
The GB FOODS (Agroaliment)*	1.440
Unilever España, S.A Grupo (*)	554,25
Conservas El Cidacos *	365
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U (Grupo IAN)*	277,3
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	245
Grupo Helios*	235
H.J. Heinz Food Spain, S.L*	125
Choví, S.L.*	65
Salsa Rica	40

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye la facturación de otras producciones

una cuota de mercado en volumen incluso superior a las MDD (39,6%).

La gran mayoría de las empresas del sector están optando por la sostenibilidad empresarial, centrandose sus inversiones en nuevos envases y materias primas más ecológicas y respetuosas con el bienestar animal.

Entre las novedades también de 2022 destacó la entrada de un gran grupo internacional del sector del chocolate en el mundo de las salsas.

COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial en el sector de las salsas tiene saldo positivo porque las ventas siempre son mayores

a las compras. De acuerdo con los datos de Comercio, en 2022 se exportaron un total de 248.676 toneladas y se importaron 91.428 toneladas. En ambos casos se produjo un descenso con respecto a las cifras del año anterior.

Tanto dentro de las exportaciones, como de las importaciones, la principal partida fue la de ketchup y las salsa similares: 93.604 toneladas exportadas y 7.400 toneladas importadas. Otras partidas importantes dentro de las importaciones fueron las de mostaza y las de salsa de soja.

Por países, las exportaciones se dirigen principalmente a la Unión Europea, mientras que las importaciones proceden, además de los países comunitarios, de otros como Estados Unidos. ■

CONSUMO Y GASTO EN SALSAS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 126,4 millones de kilos de salsas y gastaron 577,5 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 2,7 kilos de consumo y 12,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la mayonesa (1,1 kilos por persona y año), seguido del ketchup (0,5 kilos per

cápita) y de la mostaza (0,1 kilos por persona al año). El resto de salsas supone 1,1 kilos per cápita. En términos de gasto, la mayonesa concentra el 35,2%, con un total de 4,4 euros por persona, el ketchup presenta un porcentaje del 10,4% y un total de 1,3 euros por persona al año, y la mostaza supone el 2,4% del gasto total en salsas, con 0,3 euros per cápita, mientras que el resto de salsas alcanza un importante porcentaje del gasto, un 51,2%, con 6,4 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN SALSAS DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL SALSAS	126,4	2,7	577,5	12,5
KETCHUP	21,6	0,5	60,7	1,3
MAYONESA	50,6	1,1	205,5	4,4
MAYONESA LIGHT	10,2	0,2	39,6	0,9
MOSTAZA	3,5	0,1	16,1	0,3
OTRAS SALSAS	50,7	1,1	295,2	6,4



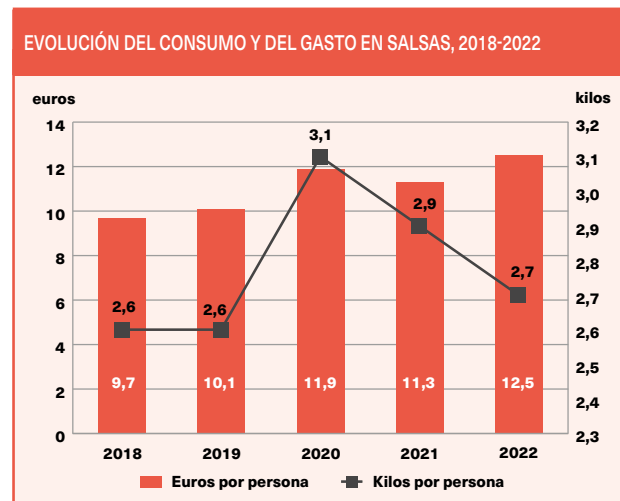
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de salsas durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

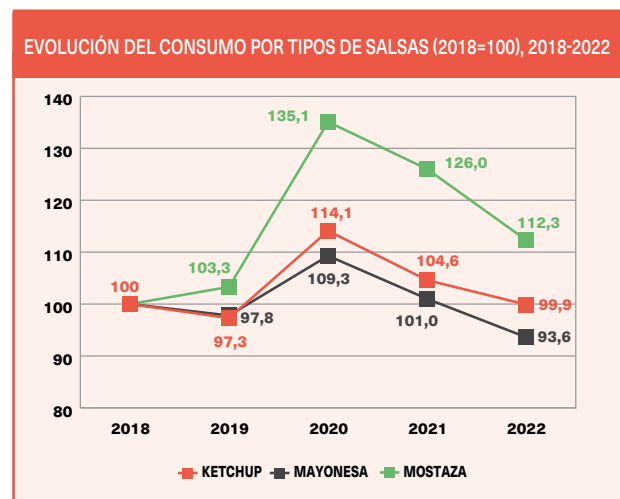
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños entre 6 y 15 años consumen más cantidad de salsas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra trabaja fuera del hogar, el consumo de salsas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con menos de 35 años, el consumo de salsas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene más de 65 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de salsas, mientras que los índices son más reducidos en los hogares conforme aumenta el número de miembros.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de salsas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de jóvenes y adultos independientes, parejas jóvenes sin hijos y 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 Murcia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, La Rioja y Galicia.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

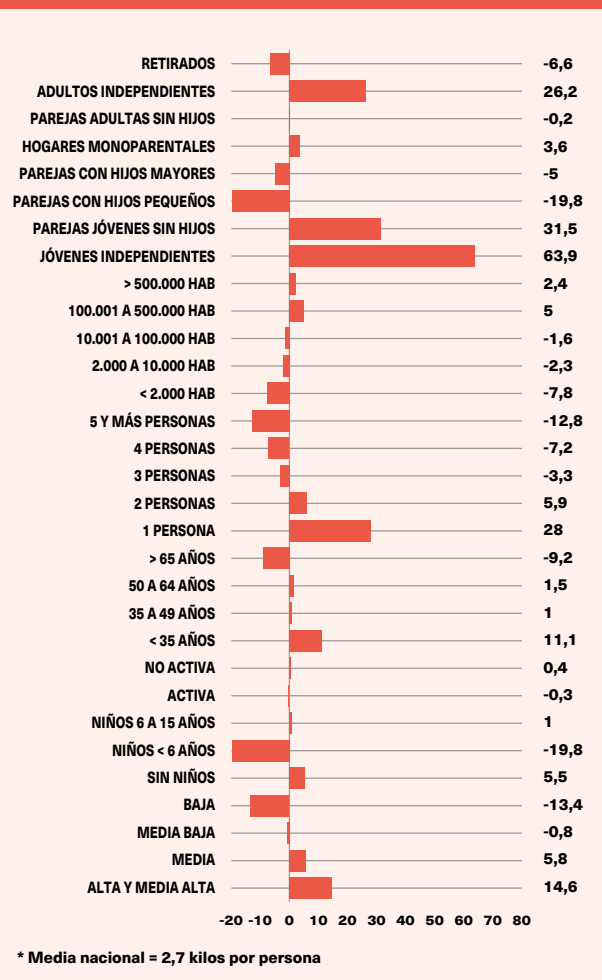
Durante los últimos cinco años, el consumo de salsas ha aumentado 0,1 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 2,8 euros per cápita especialmente por el repunte del ejercicio 2020 motivado por los efectos de la COVID-19, aunque en los años 2021 y 2022 se está produciendo un reajuste a la baja. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado tuvo lugar en el ejercicio 2020 (3,1 kilos por consumidor) mientras que el gasto más elevado se produce en 2022 (12,5 euros por persona).



En la familia de salsas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha seguido una tendencia similar en los distintos productos, destacando el repunte durante el año 2020 por los efectos de la COVID-19 y el ajuste a la baja en los años 2021 y 2022. Respecto a la demanda de 2018, el consumo de ketchup es prácticamente similar y en la mostaza ha experimentado un crecimiento; por el contrario, la mayonesa presenta un ligero descenso. ■



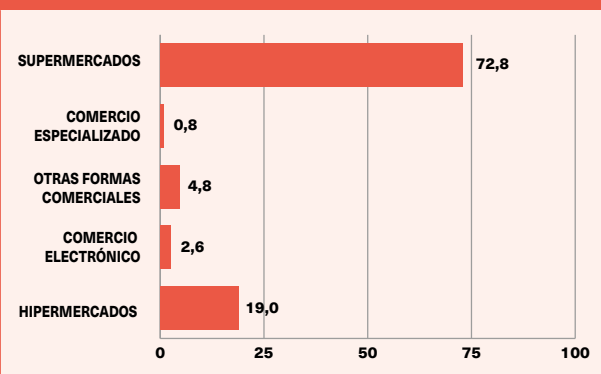
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE SALSAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de salsas a los supermercados (72,8% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 19,0%. Los establecimientos especializados representan un 0,8%, el comercio electrónico el 2,6% y las otras formas comerciales el 4,8% restante.

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SALSAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CONDIMENTOS

CANARIAS

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

COCHINILLA DE CANARIAS

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

AZAFRÁN DE LA MANCHA *

EXTREMADURA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PIMENTÓN DE LA VERA *

MURCIA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PIMENTÓN DE MURCIA *

* Denominación en tramitación / * Inscrita en el Registro de la UE

Cochinilla de Canarias

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción de la Cochinilla, abarca las siete islas del archipiélago Canario. En Tenerife, Gran Canaria, La Gomera, La Palma y El Hierro, la cochinilla se produce en la zona de costa y en la zona de medianías hasta 1.200 msnm. En Fuerteventura y Lanzarote, la zona de producción abarca todo el territorio agrario por debajo de los 600 msnm.

CARACTERÍSTICAS: Es el producto en bruto de origen animal obtenido en Canarias resultante de la desecación natural de las hembras adultas del insecto hemíptero de la familia de los cóccidos *Dactylopius coccus* (conocido tradicionalmente como cochinilla), una vez recolectado de las palas de la tunera (*Opuntia ficus indica*). La textura del producto es de apariencia granulosa y seca al tacto. Contenido en ácido carmínico: mayor o igual a 19 % sobre sustancia seca y humedad: menor o igual a 13 %. El color varía dentro de la gama de gris oscuro al negro, con tonalidades rojizas y blanquecinas por los restos de la cera algodonosa que protege al gránulo. Las fases de la producción que deben llevarse a cabo en la zona geográfica son: cultivo de la planta huésped, inoculación, desarrollo y recolección del insecto, secado del producto cribado y acondicionamiento antes del envasado. El envasado se debe efectuar de la forma más inmediata posible al secado y cribado, motivo por el cual el envasado del producto final debe producirse en la zona geográfica de Canarias y concretamente en el lugar de producción, evitando así cualquier alteración de las características fisicoquímicas y organolépticas del producto, al objeto de salvaguardar su calidad.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.



Azafrán de La Mancha

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración amparada abarca 82,7 hectáreas en 332 términos municipales de las provincias de Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo.

CARACTERÍSTICAS: Es una especia constituida por los estigmas florales del *Crocus sativus* L. unidos a

su correspondiente estilo y adecuadamente desecados. Este azafrán se caracteriza por sus hebras flexibles y resistentes, de un color rojo vivo brillante, aroma intenso, seco y penetrante, ligero aroma a mies o hierba fina con reminiscencias florales y un sabor ligeramente amargo, aromático y seco (no astringente).

DATOS BÁSICOS: En los registros de la DOP hay inscritos 250 productores y 19 empresas envasadoras, que producen y comercializan 520 kilos al año de Azafrán de La Mancha con DOP.



Pimentón de La Vera

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada abarca 50 términos municipales del norte de la provincia de Cáceres, con unas 1.400 hectáreas en la comarca de La Vera, que goza de un microclima privilegiado y suelos con gran proporción de materia orgánica.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos son del género *Capsicum annuum* y dan lugar a 3 tipos de pimentón: dulce, agri dulce y picante. En marzo se inicia su cultivo

en semilleros en los que permanecen hasta mayo, procediéndose a su trasplante a terrenos de asiento. El ciclo de cultivo de la planta se prolonga hasta primeros de octubre, mes en el que tiene lugar la recolección y su posterior selección, secado y molienda para la obtención del pimentón.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador hay inscritos 433 agricultores y 16 empresas cuya producción supera los 4 millones de kilos anuales, de los que 2,2 millones de kilos se venden con DOP.

Pimentón de Murcia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

Esta DOP ampara una zona geográfica de producción que se extiende por 14 términos municipales de la provincia de Murcia, en la comarca del Campo de Cartagena, mientras que la zona de elaboración y envasado comprende todos los términos

municipales de la Región de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: El producto resulta de la molienda de pimientos rojos del género *Capsicum annuum* L., de la variedad Bola, recolectados maduros, sanos, limpios y secos. El producto obtenido es dulce, con un fuerte y penetrante olor característico, de gran poder colorante, graso y sabroso. Su color es de un rojo brillante y presenta gran estabilidad de color y aroma.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 300 hectáreas de cultivo y 13 empresas que producen más de medio millón de kilos y comercializan una media anual de 250.000 kilos con DOP.

SAL

La sal es uno de los condimentos más antiguos usado por el hombre y a lo largo de la historia de la humanidad ha tenido gran importancia desde el punto de vista económico y social.

Actualmente es un producto de uso generalizado en la industria agroalimentaria y en la gastronomía a nivel mundial, ya sea como conservante de alimentos o como condimento. También se destina la sal a usos no alimentarios.

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos que publica el INE, en el año 2022 la producción de sal de cocina ascendió a 62.168 toneladas (un 37% más que en el año precedente), por un valor de 18.610 millones de euros, unos 6.000 millones por encima del año anterior. Estas cifras incluyen la producción total, así como las existencias.

De la producción total de sal, el grueso correspondería a sal gema o de roca y el resto sería sal de manantial, según los datos del INE.

Además del uso en cocina, la sal se emplea en la industria alimentaria, tanto para humanos como para animales, y principalmente en la industria química.

Según los datos del Panel de Consumo que elabora el Ministerio de Agricultura, el consumo doméstico de sal disminuyó en 2022 tanto en volumen como en valor. Se consumieron 48,5 millones de kilos de sal (un 11,8% menos que en 2021), por un valor de 27,4 millones de euros (un 2,9% menos). El consumo per cápita rondó los 1,05 kilos al año, un 11,7% menos que en 2021.

A nivel mundial, China es la primera productora de sal, con más de 60 millones de toneladas, seguida por Estados Unidos (43,9 millones de toneladas), India (29 millones de toneladas) y Alemania (14 millones de toneladas), que redujo mucho su producción en 2020.

A este respecto, por detrás de Alemania en la producción comunitaria de sal están Países Bajos, Francia y España.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Al ser tan variada, la producción de sal está extendida por buena parte del territorio nacional, incluidas las islas.

En España hay unas veinte empresas productoras de sal de un tamaño mediano o grande, y muchas más de tamaño pequeño.

En 2019 se fundó la Asociación de Salinas Marinas (Salimar), que reúne a las cinco salineras más importantes de España como socias fundadoras. Estas salineras están ubicadas en Cádiz, Tarragona, Mallorca, Murcia, Alicante e Ibiza. Estas cinco salineras representan casi al 85% de la producción nacional de sal marina y su producción anual media ronda las 720.000 toneladas de sal para usos alimentarios e industriales. La facturación estimada de estas empresas supera los 50 millones de euros.

También existen a nivel regional asociaciones de productores importantes, como es el caso de Amasal, en Mallorca, que se dedica a la protección de la sal marina en la isla balear. En Amasal están integradas 10 empresas salineras.

COMERCIO EXTERIOR

En cuanto al comercio, en 2022 las exportaciones españolas de sal específicamente para la alimentación humana superaron las 119.378 toneladas, al tiempo que las importaciones sumaron 21.618,6 toneladas, según los datos de Comercio. Con respecto al año anterior, se produjo una caída del 15,6% en el volumen de sal exportada y del 29,7% en el de la importada. ■



CONSUMO Y GASTO EN SAL

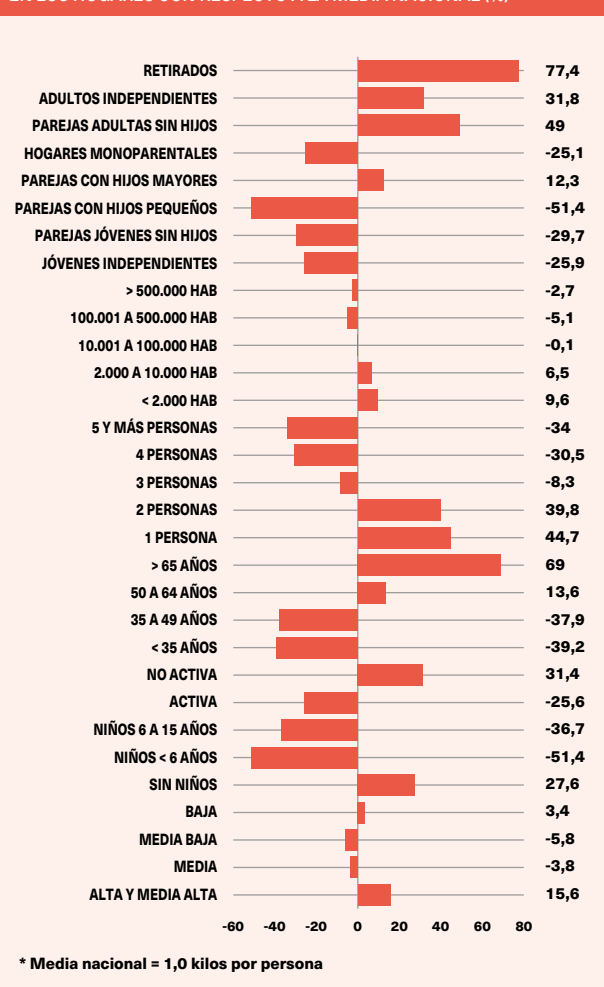
Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 48,6 millones de kilos de sal y gastaron 27,4 millo-

nes de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 1,0 kilos de consumo y 0,6 euros de gasto.

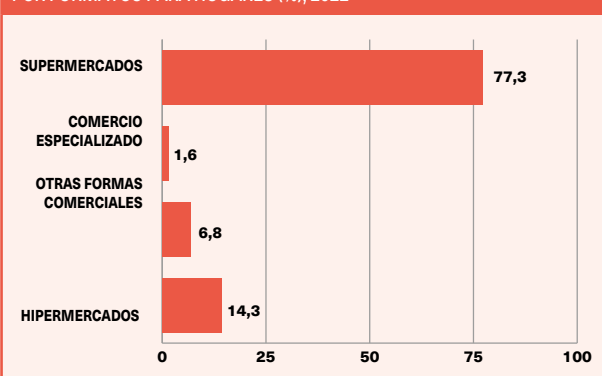
CONSUMO Y GASTO EN SAL DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL SAL	48,6	1,0	27,4	0,6

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



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SAL POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sal a los supermercados (77,3% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 14,3% y los establecimientos especializados llegan al 1,6%. Las otras formas comerciales suponen el 6,8% restante.



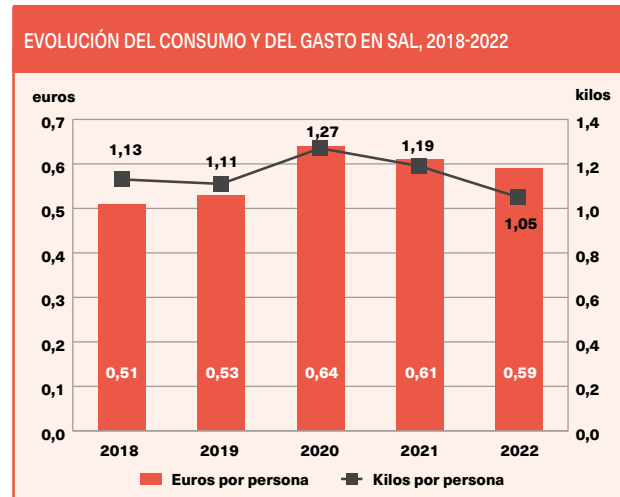
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de sal durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

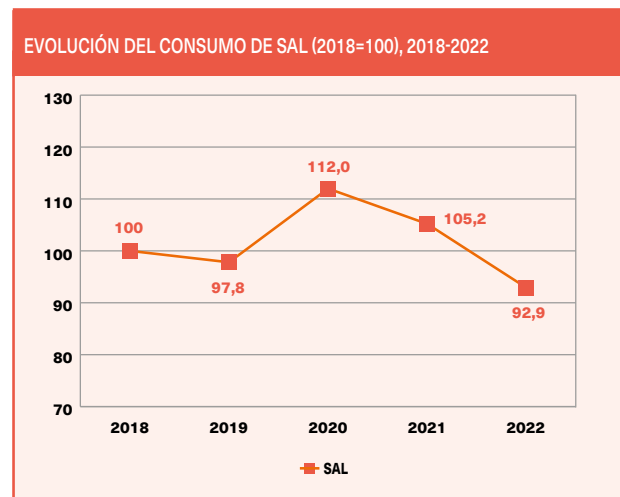
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de sal, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de sal es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de sal es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de sal, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los hogares formados por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de sal, mientras que los menores consumos tienen lugar en las grandes ciudades (de 100.000 a 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, 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, los jóvenes independientes, las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Extremadura, Navarra, Murcia y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Asturias, Cantabria y la Comunidad de Madrid.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de sal se había mantenido estable aunque en el ejercicio 2020 se produce un repunte motivado por los efectos de la COVID-19. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2020 (1,27 kilos por persona), mientras que el mayor gasto se produjo también en el ejercicio 2020 (0,64 euros por consumidor).



En cuanto a la evolución del consumo per cápita de sal durante el periodo 2018-2022, y respecto a la demanda de 2018, se venía produciendo un descenso continuado durante el periodo pero en el ejercicio 2020 se produce un cambio de tendencia motivado por los efectos de la COVID-19 que se ha corregido a la baja tanto en el año 2021 como en el año 2022. ■



VINAGRE

El vinagre ha estado muy presente a lo largo de la historia de la humanidad, sirviendo no sólo como condimento, sino también como conservante, desinfectante, disolvente e incluso refresco. En España, la producción de vinagre está vinculada a la del vino, pero en otros países se comercializan vinagres elaborados a partir de otras frutas como la manzana, la naranja o incluso el plátano. Asimismo, en países como Estados Unidos o el Reino Unido son muy populares los vinagres de cereales, entre otros.

El sector industrial del vinagre registró en 2022 un buen año gracias al aumento de la producción y a pesar de la caída de las exportaciones.

Así, la producción industrial de vinagre (de vino y otros tipos) aumentó en 2022 un 12% en volumen hasta los 159,2 millones de litros y alcanzó un valor de 87 millones de euros, un 13,7% más, según la Encuesta Industrial de Productos, que publica el Instituto Nacional de Estadística.

De la producción total, casi 121 millones de litros eran vinagre de vino y 38 millones de litros eran vinagre de sidra, cerveza, etc. En ambos casos, las cifras de producción del año 2022 fueron superiores a las del año precedente.

Por su lado, el valor del vinagre de vino superó los 77 millones de euros, muy por encima del valor del año 2021, mientras que el de los otros vinagres se redujo de 24,7 a 21,5 millones de euros, a pesar de la mayor producción en volumen.



En otro orden, según los datos del Ministerio de Agricultura, en la campaña 2022 se destinaron a la elaboración de vinagre 268.749 hectolitros de vino, un 19,3% menos que en el año anterior. La mayor parte de ese vinagre procedió de vinos de uva blanca.

En los últimos tiempos, ha crecido mucho la producción de vinagres amparados con denominaciones de origen protegidas (DOP), que son todos andaluces: Jerez, Condado de Huelva y Montilla-Moriles. Entre las tres denominaciones suman una producción de vinagre protegido de unos 3,5 millones de litros, de los cuales más del 50% lo aporta el vinagre de Jerez.

Además de estas denominaciones de origen, en Aragón también hay una producción de vinagre amparada por una marca de calidad (vinagre de Calatayud), que saca al mercado una producción embotellada cercana a los 300.000 litros, que se comercializa principalmente en el mercado nacional, aunque también hay exportaciones.

En la distribución organizada, los vinagres de vino blanco son la principal oferta en el mercado, con cuotas que rondan el 70% del total en volumen, aunque en valor su cuota es del 30%.

Por detrás se sitúan, en volumen, los vinagres de manzana (12%) y los vinagres balsámicos (8%), aunque su cuota en valor supera a los vinagres de vino blanco.

El resto de la cuota de mercado del vinagre en distribución organizada es para los vinagres de vino tinto (7%) y para los vinagres con marca de calidad (entre los que destacan los de Jerez).

Las marcas blancas (MDD) han alcanzado una gran importancia en la distribución organizada, con porcentajes de la cuota de mercado cercanos al 80% de todas las ventas en volumen. Entre los vinagres balsámicos, las marcas blancas controlan el 45% del total de ventas en volumen.

El nivel de consumo de vinagre entre los españoles es más reducido que el de muchos otros países europeos. Así, se registran unos consumos de 1,2 litros por persona y año, mientras que en Bélgica llegan hasta los 2,7 litros per cápita, en Alemania se sitúan en 2,2 litros y en Francia casi llegan a los 2 litros.



Los consumidores españoles demandan principalmente vinagres de vino y, en los últimos tiempos, parecen optar por vinagres de mayor calidad, con denominación de origen, balsámicos o incluso por cremas de vinagre.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Desde hace ya algunos años el sector del vinagre industrial está sumido en un proceso de concentración que está provocando la reducción del número de pequeñas y medianas empresas productoras y comercializadoras.

La abundancia de empresas productoras y comercializadoras es un hecho que contrasta con lo que sucede en otros países de nuestro entorno comunitario, donde pocos productores dominan el mercado.

Actualmente en el mercado nacional operan menos de 40 empresas en el sector del vinagre. El principal grupo del sector del vinagre alcanza una cuota por debajo del 8% del total de las ventas en volumen, mientras que el segundo operador tiene una cuota del 3% en volumen.

Las denominaciones de origen del vinagre están relacionadas con sus homónimas del sector del vino, pero no todas las bodegas están registradas como productoras de vinagre. Así, por ejemplo, en la DOP Condado de Huelva, hay registradas como productoras de vinagre nueve bodegas; en la DOP Vinagre de Jerez 20 bodegas elaboraron vinagre en la campaña 2022 y en la DOP Vinagre Montilla Moriles, otras cinco.

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de vinagres es muy favorable para España, ya que las exportaciones superan ampliamente

te a las importaciones. Sin embargo, en 2022 las ventas se redujeron, al contrario que las compras. Según los datos de Comercio Exterior, se exportaron ese año 66,4 millones de litros de vinagre y sucedáneos, al tiempo que se importaron 26,3 millones. Con relación al año precedente, las exportaciones disminuyeron un 6,6% y las importaciones aumentaron un 18%.

Los vinagres de vino a granel constituyen la principal partida exportada, seguida por la de los vinagres de vino envasados, otros vinagres a granel y otros vinagres embotellados.

Por países, los mercados de destino más importantes para los vinagres españoles son otros países de nuestro entorno, entre los que destacan Reino Unido (compró casi el 22% del total), Francia (21%) e Italia (13%). A continuación, y con un crecimiento muy notable en los últimos años, se sitúa Estados Unidos (10%). No obstante, en valor el porcentaje de compras de vinagre español por parte de Estados Unidos se eleva al 23%, ya que los americanos importan vinagres de mayor calidad.

En este sentido, un gran porcentaje de las ventas de vinagre con denominación de origen o marca de calidad diferenciada, se exporta con porcentajes que van por encima del 60% de la producción en el caso de la DOP Vinagre de Jerez se vende en el exterior, al 20% en el caso de la Vinagre de Calatayud

En cuanto a las importaciones, destacan las de vinagres balsámicos de origen italiano, aunque su volumen ha disminuido de manera notable durante los últimos años al comenzar a elaborarse este tipo de vinagres en nuestro país. Por detrás de los balsámicos, a mucha distancia, se posicionan las importaciones de vinagre de manzana. ■

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

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

VINAGRE DE JEREZ *

VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA *

VINAGRE MONTILLA-MORILES ****

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

VINAGRE DE VINO

LA RIOJA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

VINAGRES VÍNICOS

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



Vinagre del Condado de Huelva

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción de vinagre protegida se extiende sobre una superficie de 4.500 hectáreas de viñedo repartidas en 18 municipios de la provincia de Huelva, coincidentes con la denominación de origen de los vinos Condado de Huelva.

CARACTERÍSTICAS: Se obtiene a partir de vinos procedentes de la DO que son sometidos a un proceso de acetificación, clarificación y filtración y que posteriormente se someten a envejecimiento y son enriquecidos con vino generoso que aumenta el residual de alcohol y que al reaccionar con el ácido acético mejora el aroma del vinagre. Se producen Vinagres del Condado de Huelva, que son los del año, y Vinagres Viejos del Condado de Huelva, que son de tres tipos: Solera, envejecido mediante el sistema de criaderas y soleras durante un tiempo superior a seis meses e inferior a un año; Reserva, con el mismo tipo de envejecimiento pero con un tiempo superior a un año, y Añada, envejecido mediante el sistema de añadas durante más de tres años.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran 11 empresas bodegueras, que producen más de 3,5 millones de litros de vinagre comercializados con la DO.

Vinagre de Jerez

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de la Denominación de Origen Protegida Vinagre de Jerez está constituido por 7.000 hectáreas de los municipios de Chipiona, Rota, Puerto Real, Chiclana de la Frontera, Trebujena, Jerez de la Frontera, El Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda. En estos tres últimos municipios también se encuentra la zona de envejecimiento reconocida oficialmente.

CARACTERÍSTICAS: El vinagre se obtiene, únicamente, del mosto/vino de la Denominación de Origen Jerez/Xerès-Sherry y Manzanilla Sanlúcar de Barrameda. Su crianza se realiza en vasijas de madera, con un envejecimiento mínimo de 6 meses para los vinagres de Jerez de tipo normal y más de 2 años para el Reserva y 10 años para el Gran Reserva. Su color característico es caoba oscuro. Destaca a la nariz su presencia en madera y su sabor es concentrado y generoso.

DATOS BÁSICOS: Hay 27 empresas elaboradoras de Vinagre de Jerez que comercializan 5,3 millones de litros anuales, de los que el 50% se exporta.

CAFÉ

El sector industrial del café tuvo en 2022 un año de recuperación, tanto en producción, como en consumo y exportaciones. La demanda se mantuvo y el producto se revalorizó, mientras las marcas de distribuidor (MDD) ganaron cuota de mercado y entre las empresas se propició la concentración.

La Unión Europea es el primer consumidor de café en el mundo, por delante de Estados Unidos, Brasil, Japón y Filipinas. Por su parte, Brasil es el primer productor mundial de café, seguido de Vietnam, Colombia, Indonesia y Etiopía.

España es uno de los primeros países productores de café de Europa y también es de los pocos que cuenta con una pequeñísima producción autóctona en las islas Canarias.

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos del INE, la producción de café en 2022 (sin tostar, descafeinado, café soluble, tostado sin descafeinar y tostado descafeinado) ascendió a 210.061 toneladas, un 21,3% más que en el año anterior, por un valor de 1.835 millones de euros, casi un 50% más.

El grueso de la producción fue café tostado sin descafeinar (129.053 toneladas, por un valor de 1.054 millones de euros), pero también se produjeron cafés tostados descafeinados (18.377 toneladas, por un valor de 170 millones de euros) y cafés sin tostar descafeinados 22.562 toneladas, por 86,6 millones de euros).

Según la encuesta del INE, también se produjeron en 2022 unas 62.628 toneladas de extractos, esencias y concentrados de café y sus preparaciones, que alcanzaron un valor de 524 millones de euros. Tanto en valor como en volumen, también aumentó la producción de estos sucedáneos.

Por su lado, la Asociación Española del Café (AECafé) estimó que la producción nacional de café tostado y soluble se situó en 2022 en torno a 209.000 toneladas.

Según esta asociación, España es el segundo país de Europa en producción de café soluble y el tercero en café tostado descafeinado. Antes de 2020, la producción ya se había incrementado y en 2022 se produjo un aumento de producción que permitió superar los niveles previos a las cifras previas a la pandemia.

Según AECafé, España es junto al Reino Unido uno de los países de Europa con las cuotas más altas de

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CAFÉ

EMPRESA	Mill. Euros
Nestlé España, S.A. Grupo (*)	2.313
Jacobs Douwe Egberts ES, S.L.U.	268,74
Grupo UCC Coffee	83
Seda Outspan Iberia, S.L. *	120
Productos Solubles, S.A.	88,95
Grupo Cafento	83
Cafés Candelas, S.L	53,3
Cafés Baqué, S.L.U	35,52
Grupo Nabeiro (Delta Cafés)	32
Grupo Calidad Pascual. Div Café	29,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. * Estimación del sector café.

ventas en el canal HORECA. La pandemia hundió hasta un 40% las ventas en el sector de la hostelería y la restauración, pero a pesar de esa caída el mercado se recuperó y en 2022 se seguía sirviendo café en unos 228.000 establecimientos de hostelería. El canal HORECA recuperó sus ventas alcanzando casi las 60.000 toneladas anuales y sirviendo cerca de 19 millones de tazas de café al día.

De cada 100 cafés que se sirven en el canal HORECA en España, sólo 14 son cafés descafeinados y el resto son café con cafeína, según los datos de AECafé.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial del café está copado por pocos y grandes grupos multinacionales, que tienen también negocios en otros sectores agroalimentarios.

La principal empresa productora y comercializadora de café en España era filial de una de esas grandes compañías multinacionales, con producciones en varios sectores agroalimentarios. En el último ejercicio computado, la empresa tuvo una producción de unas 41.000 toneladas, superior a la del ejercicio anterior, con unas ventas en el conjunto de sus negocios que superaron los 2.364 millones de euros (el porcentaje que corresponde al café estaría cerca de los 1.000 millones de euros).

La segunda empresa por facturación en el segmento del café llegó a alcanzar un valor de 265 millones de euros; la tercera rondó los 143 millones de euros; la cuarta, especializada en productos solubles para las marcas de distribución, se situó en cerca de 100 millones de euros, mientras que la quinta llegó a 84 millones de euros.

Como organización empresarial representativa en el sector está la Asociación Española del Café (AECafé), que está formada por 115 compañías distribuidas por todas las comunidades autónomas, que operan en alguna de las diversas facetas de la actividad cafetera: importación de café verde, café en grano tostado y molido, fabricación de café soluble, comercialización, distribución, venta y exportaciones.

Esta asociación, que nació en 2018, es heredera de la Federación Española del Café, que fue creada en 1985. Defiende los intereses del 90% del sector cafetero español en todas sus vertientes (importación, distribución y comercialización, tostado y soluble), pues representa a las empresas del café verde, el café soluble y el café tostado. Por lo tanto, la Asociación representa toda la cadena de valor del café en España.

A nivel nacional, AECafé es miembro de la Federación de industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y a nivel europeo, de la European Coffee Federation (ECF), que reúne a las asociaciones nacionales de la industria del café de los distintos estados miembro de la Unión Europea.

En el mercado del café las marcas de distribución (MDD) son muy importantes. Según datos de la consultora Circana, en 2022 representaron el 50,3% de todo el volumen de café molido comercializado en distribución organizada, frente al 18,5% de la primera marca de fabricante (MDF). Este porcentaje bajó hasta el 41,1% en el caso de las cápsulas (la primer MDF tuvo una cuota del 33,3%).

COMERCIO EXTERIOR

El sector del café está haciendo grandes esfuerzos para incrementar los volúmenes de exportación, pues estiman que las perspectivas de futuro pasan por posicionarse adecuadamente en los mercados internacionales.

Dado que en España casi no hay cultivo de café (excepto la pequeña excepción de Canarias), casi la totalidad de la materia prima con la que se elaboran las diferentes ofertas debe ser importada.

En 2022 se importaron 376.284 toneladas de los distintos tipos de café, por un valor de 1.374 millones de euros, según datos de Comercio. Con relación al año precedente, las compras aumentaron un 11% en volumen y un 47% en valor.

Mientras, las exportaciones aumentaron un 11% en volumen, al superar las 80.867 toneladas, según las



mismas fuentes. Dentro de las exportaciones, destacaron las ventas de café sin tostar (descafeinado o no) y tostado. Vietnam fue de nuevo el principal proveedor de café para el mercado español, con el 28% del total. Bastante por debajo se situaron Brasil, Alemania, Indonesia y Bélgica.

En cuanto a las exportaciones españolas de café, en volumen el primer destino en 2022 volvió a ser Portugal, seguido de Reino Unido, que hasta 2019 ocupaba el primer puesto. También fueron importantes las ventas a Francia, Suiza, Grecia e Italia.

LAS CÁPSULAS SIGUEN CRECIENDO

El sector de las cápsulas es el que más está absorbiendo el grueso de las inversiones en el sector del café, por parte de las industrias.

De acuerdo con los datos de la asociación AECafé, de cada 100 cafés que se consumieron en el canal alimentación 22 serían cafés de cápsula. El consumo de este tipo de cafés sigue creciendo de año en año.

Por su lado, el Ministerio de Agricultura en su panel anual de consumo alimentario estimó que en 2022 el café en cápsulas supuso el 22,7% de todo el café comprado por los hogares españoles y que más de la mitad del dinero invertido en café en los hogares se destinó a las cápsulas.

El mercado del café lleva varios años muy dinámico como consecuencia del impulso que le ha dado la aparición de las cápsulas, las referencias gourmet y las variedades "Premium" y ecológicas, así como también algunas presentaciones listas para ser consumidas.

Otra de las tendencias de los últimos años que se consolidó en 2022 fue el aumento de las ventas de cápsulas de segunda generación, que son los envases

sostenibles y biodegradables. Estas cápsulas se imponen cada vez más en los lineales de supermercados e hipermercados.

ACHICORIA

Hay algunas bebidas que se emplean como sucedáneos del café. A mediados del pasado siglo XX, esas bebidas eran muy apreciadas por ser más baratas que el propio café, pero hoy en día su consumo es minoritario.

Entre esas bebidas destaca la achicoria, que es la infusión de las hojas de la planta del mismo nombre, una vez tostadas. En el año 2022, la producción industrial de achicoria se desplomó, en consonancia con la reducción de la demanda.

La Encuesta Industrial de Productos del INE correspondiente al año 2022 registró una producción de achicoria tostada y otros sucedáneos del café tostado cercana a las 479,3 toneladas, por un valor de 1,67 millones de euros. ■



CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 77,1 millones de kilos de café y gastaron unos 1.239,4 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 1,7 kilos de consumo y 26,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al café natural (0,7 kilos por persona y año), seguido del café mez-

cla (0,4 kilos per cápita), del café soluble (0,3 kilos per cápita), y del café descafeinado (0,2 kilos per cápita). En términos de gasto, el café natural concentra el 48,1% del gasto, con un total de 12,9 euros por persona, seguido por el café soluble, con un porcentaje del 25,0% y un total de 6,7 euros por persona al año. A continuación, se encuentra el café mezcla, con el 10,8% y 2,9 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL CAFES	77,1	1,7	1.239,4	26,8
CAFE TORREFACTO	1,1	0,02	9,1	0,2
CAFE NATURAL	32,0	0,7	595,5	12,9
CAFE MEZCLA	18,0	0,4	134,6	2,9
CAFE DESCAFEINADO	10,4	0,2	170,2	3,7
CAFE SOLUBLE	14,0	0,3	310,2	6,7
SUCEDANEOS DE CAFE	1,6	0,03	19,7	0,4
CAFÉ EN CAPSULAS	17,5	0,4	659,6	14,3
CAFÉ DESCAFEINADO EN CAPSULAS	3,4	0,1	132,7	2,9
CAFÉ NO DESCAFEINADO EN CAPSULAS	14,0	0,3	523,5	11,3

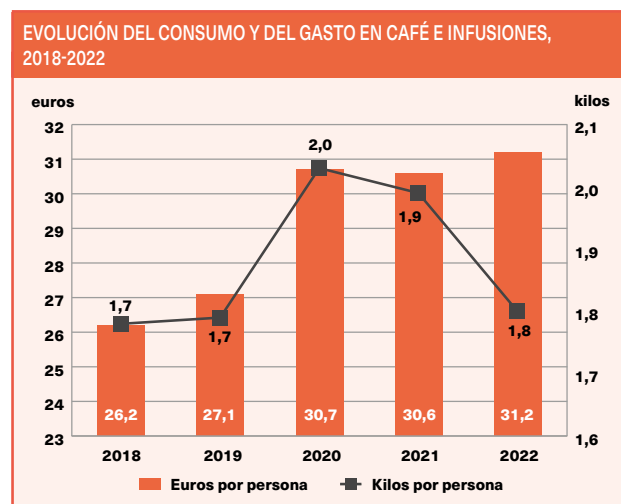
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de café durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

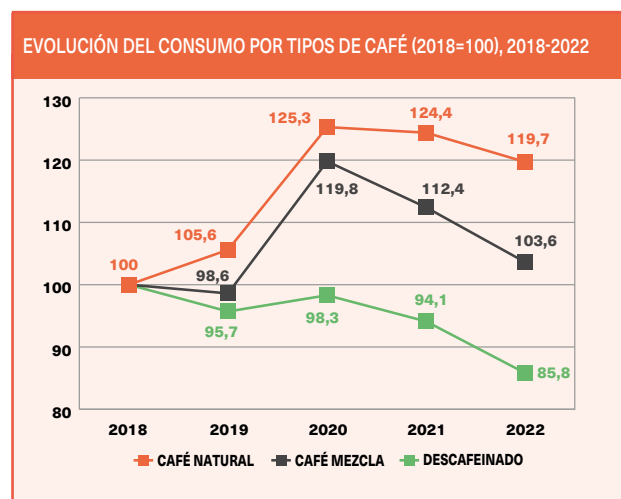
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de café, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de café es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de café 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, 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, 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 pequeños, 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 Baleares, Andalucía y Castilla-La Mancha.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

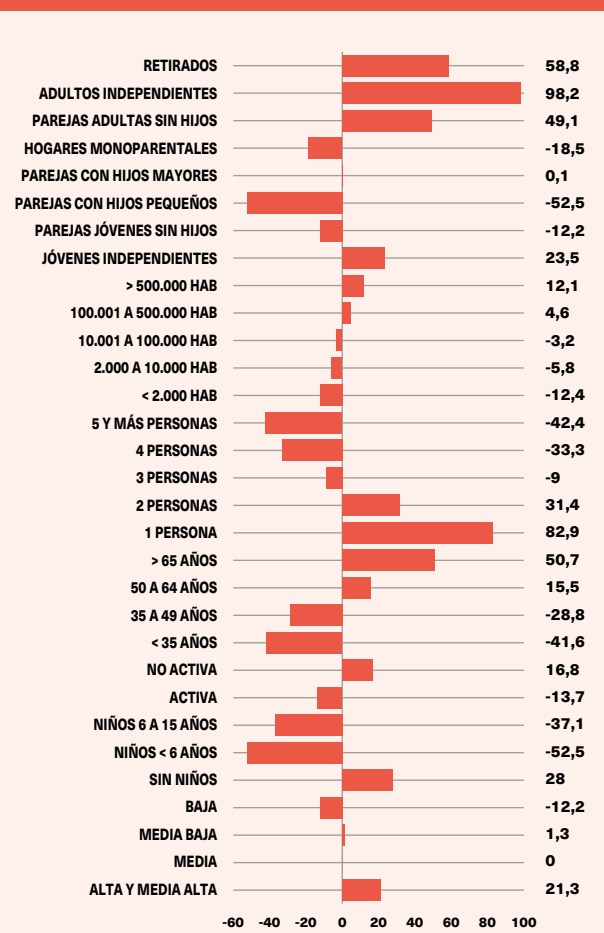
Durante los últimos cinco años, el consumo de café e infusiones se había mantenido estable pero en el año 2020 se produce un ascenso motivado por los efectos de la COVID-19 que prácticamente se ha mantenido durante los años 2021 y 2022, mientras que el gasto ha experimentado igualmente un incremento con respecto a los ejercicios precedentes que continúa en la actualidad. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (2,0 kilos), mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el ejercicio 2022 (31,2 euros por consumidor).



En la familia de café, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2018, todos los niveles de demanda son superiores a excepción del café mezcla.



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

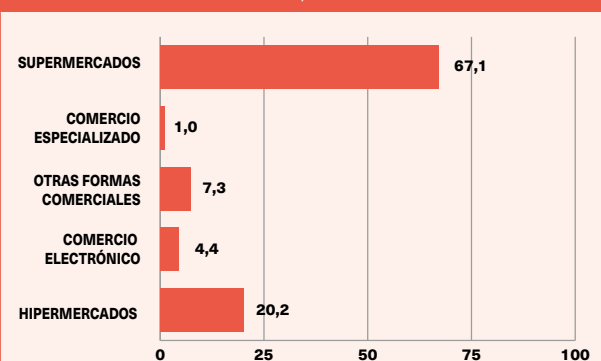


* Media nacional = 1,7 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de café a los supermercados (67,1% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 20,2% y los establecimientos especializados llegan al 1,0%. Comercio electrónico con 4,4% y otras formas comerciales con 7,3% cubren el resto del mercado. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



TÉ Y OTRAS INFUSIONES

Tanto en España como en el mundo, los té y las infusiones se han convertido en un producto de moda, que ha llegado sin problema a los consumidores jóvenes y resiste muy bien las crisis, adaptándose a las necesidades y demandas de los consumidores.

La producción mundial de té ronda los 6,5 millones de toneladas, mientras que las cifras de exportación se sitúan en torno a los 2 millones de toneladas. Los principales productores de té en el mundo son China (2,8 millones de toneladas), India (1,4 millones de toneladas), Kenia (459.000 toneladas), Sri Lanka (300.000 toneladas) y Vietnam y Turquía, con cifras en torno a las 265.000 toneladas.

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos, que publica anualmente el Instituto Nacional de Estadística, en 2022 la producción de té e infusiones (manzanilla, tila, hierba mate y extractos de té) superó las 5.469 toneladas, un 6,5% más que en el año precedente. Asimismo, el valor de estas producciones sumado rondaría los 128,2 millones de euros, un 101,7 millones de euros, un 25% más que en el año anterior.

De la producción total, 4.547 toneladas correspondieron a infusiones (manzanilla, tila, etc.), un volumen que superó al de 2021. El valor de estas pro-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS INFUSIONES

EMPRESA	Mill. Euros
Jacobs Douwe Egberts Es, S.L.U (*)	265,5
Pompadur Ibérica	42,31
Plantafarm, S.A	33
Martínez y Cantó, S.L	32,5
Azaconsa S.L	21
Amoros Nature	19,5
Expressate, S-L*	18
Unilever S.A. (1)	12
Nectarán, S.L	6,3
Murcianica de Herboristería, S.A	6

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.(1) Estimación sector infusiones

ducciones rondó los 110,2 millones de euros, según datos del INE.

Por su lado, la producción industrial de té (verde y negro en envases) se estimó en 872,5 toneladas (4,3% más que en 2021), por un valor de 16,7 millones de euros.

Además de estas producciones, también hay dentro de la industria de las bebidas refrescantes una línea de productos que usan té o café en sus elaboraciones.



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Las dos características más reseñables del mercado son un alto grado de concentración y una elevada participación de capitales internacionales en el sector industrial de productoras y comercializadoras de té e infusiones en España. En este sentido, se estima que las 15 primeras empresas envasadoras de estos productos facturan al año cerca de 140 millones de euros.

El principal grupo empresarial del sector registró en 2022 unas ventas superiores a 42,3 millones de euros anuales, con un gran crecimiento gracias a su irrupción en el segmento de la marca de distribución y su clara hegemonía marquista. El segundo operador superó los 33 millones de euros anuales y el tercero alcanzó los 32 millones de euros.

Hay varios grandes grupos que operan en el sector y que tienen facturaciones mucho mayores procedentes de sus otras actividades (café, especias, etc.).

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado, ya que suponen más de la mitad de todas las ventas en volumen de té o de infusiones. La presencia de MDD es más intensa en el mercado del té que en el de las infusiones. La primera marca propia en el mercado de las infusiones tuvo una cuota del 14% en volumen, mientras que en el mercado del té, la primera marca tiene una cuota del 11%, pero hay otras dos que están muy próximas a ese porcentaje.

Como en el caso del café, en el sector de las infusiones las empresas también se han volcado en la innovación como forma de ampliar su mercado. Propuestas de nuevos sabores y la actualización de ingredientes clásicos como el romero o la lavanda, son algunas de las propuestas junto con la producción biológica u orgánica.

También se están produciendo innovaciones en el envasado de las infusiones, en las que prima la eliminación de los plásticos.

COMERCIO EXTERIOR

En España no hay prácticamente cultivo de té, aunque sí existen algunas producciones muy minoritarias y selectas (como por ejemplo las del llamado “falso té” de Canarias). Por lo tanto, el mercado español se abastece de té, principalmente, de China, India y Alemania.

Por su lado, en el caso de las infusiones, los mayores proveedores son algunos países de la Europa del Este

y los Balcanes, seguidos por Reino Unido y Holanda. En los últimos años han aumentado las importaciones de yerba mate, procedentes de Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, que cubren la demanda fundamentalmente de los consumidores migrantes y que cada año se incrementan, al contrario de lo que sucede con las compras de té.

En cuanto a las exportaciones, en el mercado de té y la yerba mate hay varias empresas envasadoras que también comercializan otras infusiones. Asimismo, en regiones como Castilla-La Mancha, Andalucía, Castilla y León o Navarra hay empresas envasadoras que comercializan la manzanilla que se recoge en su zona.

En España, la balanza comercial de las infusiones y el té tiene un marcado carácter negativo, si bien en el año 2022 la diferencia entre importaciones y exportaciones fue menor. Según los datos de Comercio, las importaciones de té ascendieron a 6.416,6 toneladas (550 menos que en el año anterior) y las exportaciones sumaron 1.304 toneladas (24 toneladas menos).

Además, se exportaron casi 60 toneladas de yerba mate desde España, al tiempo que se importaron 2.879 toneladas en 2022, unas 1.000 toneladas más que en el año anterior, lo que da idea de la gran demanda existente. ■



CONSUMO Y GASTO EN INFUSIONES

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 6,2 millones de kilos de infusiones y gastaron 201,7 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 0,1 kilos de consumo y 4,4 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al té (0,04 kilos y 1,31 euros por persona y año) seguido de la manzanilla (0,01 kilos y 0,43 euros por persona y año).

CONSUMO Y GASTO EN INFUSIONES DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
INFUSIONES	6,17	0,13	201,65	4,36
INFUSIONES ENVASADAS	5,75	0,12	193,37	4,18
INFUSIONES GRANEL	0,41	0,01	8,28	0,18
TE	1,64	0,04	60,36	1,31
MANZANILLA	0,66	0,01	19,76	0,43
POLEO	0,24	0,01	6,06	0,13
OTRAS INFUSIONES	3,63	0,08	115,48	2,50



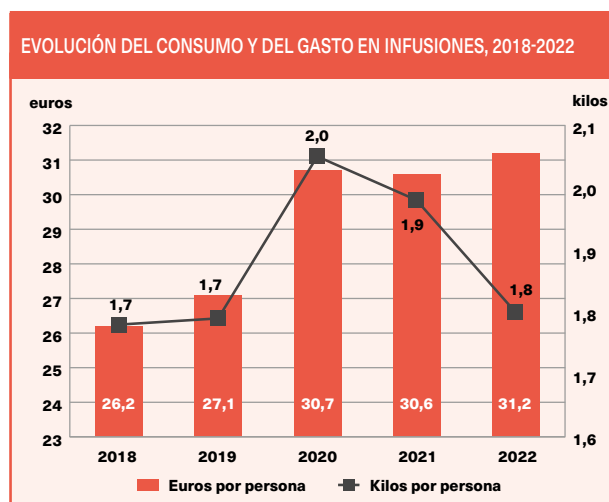
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de infusiones durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

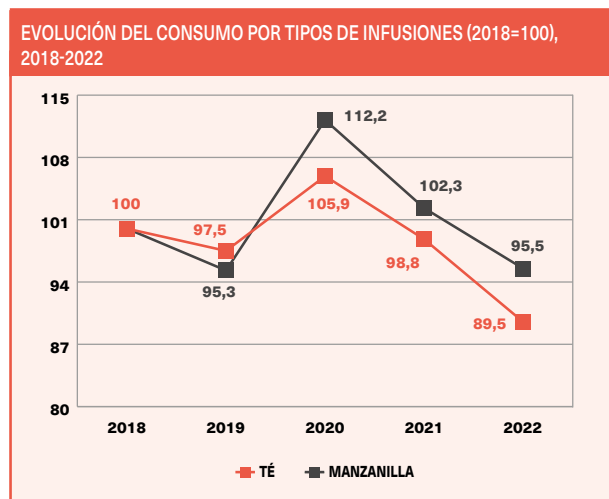
- Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de infusiones, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de infusiones es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de infusiones 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 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 infusiones, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población entre 2.000 y 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados, parejas jóvenes sin hijos 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 en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas Comunidad Valenciana, Baleares y Canarias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, La Rioja, Aragón y Castilla-La Mancha.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

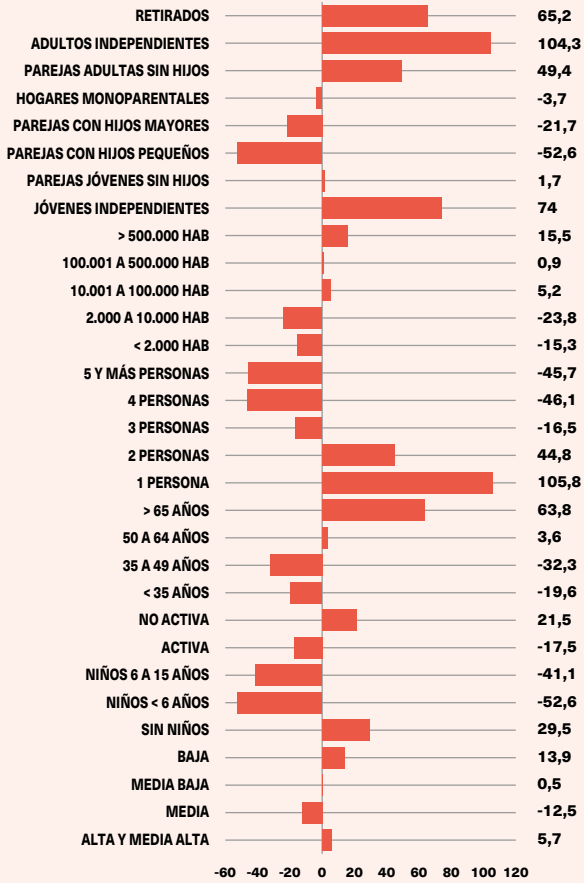
Durante los últimos cinco años, el consumo de café e infusiones se ha mantenido bastante estable aunque en el año 2020 se produce un ascenso motivado por los efectos de la COVID-19 que tiende a ajustarse a la baja en los dos ejercicios siguientes (2021 y 2022). En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (2,0 kilos), mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el ejercicio 2022 (31,2 euros por consumidor).



En las infusiones, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido bastante similar para té y manzanilla destacando la subida de demanda en el año 2020. Respecto a la demanda de 2018, el nivel de demanda de la manzanilla y del té es inferior.



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

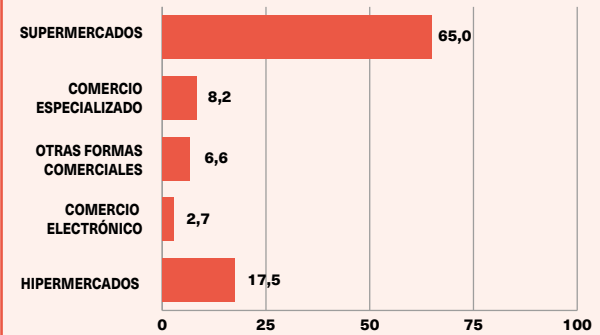


* Media nacional = 0,13 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de infusiones a los supermercados (65,0% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 17,5% y los establecimientos especializados llegan al 8,2%. Comercio electrónico con 2,7% y otras formas comerciales con 6,6% cubren el resto del mercado. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE INFUSIONES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



CERVEZA



El año 2022 para el sector de la cerveza fue el de la definitiva recuperación tras la pandemia. La apertura de la hostelería sin restricciones, el mayor número de turistas en España, la subida de temperaturas en los meses de verano y de otoño y, finalmente, la exportación fueron los factores que impulsaron el sector.

La cerveza, al igual que el vino o la sidra, está incluida en el contexto de la Dieta Mediterránea, considerada Patrimonio de la Humanidad de la Unesco. Es el “alimento resultante de la fermentación, mediante levaduras seleccionadas, de un mosto cervecero elaborado a partir de materias primas naturales”, según la define el Real Decreto 678/2016 de la Norma de calidad de la cerveza y de las bebidas de malta.

Las materias primas esenciales para la elaboración de la cerveza son agua, cebada malteada y lúpulo. El pro-

ceso de fermentación de la cerveza no ha cambiado en esencia en los últimos siglos; lo que ha evolucionado es la forma en que se siguen los procesos para obtener productos y variedades de la máxima calidad y seguridad.

La fermentación permite que los minerales, vitaminas y antioxidantes presentes en sus materias primas permanezcan en la cerveza. En el caso de la variedad sin alcohol, también se mantienen estos nutrientes. El promedio de calorías de las cervezas más consumidas (por cada 100 ml) oscila entre las 22 de una sin alcohol y las 44 de una “lager rubia”.

España es uno de los países del mundo que más cerveza produce y consume. Dentro de la Unión Europea ocupa el tercer lugar en producción, tras Alemania y Polonia. A nivel mundial, España es el décimo país productor.

Cerca del 90% de la cerveza que se consume, se produce también en España, por lo que las importaciones son relativamente pequeñas y muy selectivas.

Según los datos que maneja Cerveceros de España, la asociación que agrupa a los principales productores del sector, el valor añadido del sector cervecero alcanza los 9.000 millones de euros.

De acuerdo con los datos de Cerveceros de España, las empresas asociadas pusieron en el mercado 41,1 millones de hectolitros en 2022, un volumen superior 7,9% al del año 2021. Con este volumen, España se convirtió en el segundo elaborador de cerveza de la Unión Europea, por detrás de Alemania.

Respecto a los envases, el 38% de la cerveza se comercializó en botellas de vidrio; el 38% en lata y el 24% en barril. Hay que destacar que el barril recuperó cuota de mercado gracias a la hostelería, canal en el que representaron hasta el 47,5% del total. A este respecto, en hostelería primaron las ventas en envases más sostenibles (barril o botellas reutilizables). Las botellas de vidrio son los envases que registran una mayor tasa de retorno por reutilización y reciclaje. En 2022, los envases reutilizables supusieron el 40,2% de las ventas, mientras que un año antes eran el 35%.

De acuerdo con los datos de Cerveceros de España, la comercialización de cerveza registró un incremento medio del 7,2% en volumen, con respecto a 2021 y fueron las islas Canarias y la zona de la Comunidad Valenciana, Murcia y Albacete las que registraron un mayor crecimiento. No obstante, a pesar del crecimiento Canarias siguió con un nivel de consumo por debajo del que había antes de la pandemia.

En cifras absolutas la zona sur (Andalucía, Sur de Extremadura, Ceuta y Melilla) fue la que más consumió: 8,98 millones de hectolitros, el 23% de todo lo comercializado. A esta zona le siguieron la zona centro, con Madrid a la cabeza, que consumió el 21,68% del total.

España es el país europeo líder en producción y consumo de cerveza sin alcohol. En 2022 se comercializaron 2,91 millones de hectolitros, un 11% más que un año antes

TIPOS DE CERVEZA

Según sus características, se distinguen seis tipos de cerveza: cerveza de cereales (cuando en el mosto cervecero la presencia de malta de cebada sea in-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LA CERVEZA

EMPRESA	Mill. Euros
GRUPO Damm	1.876
GRUPO Mahou-San Miguel	1.743,3
GRUPO Heineken España	1.020
Corporación Hijos de Rivera	724,0
CIA Cervecera de Canarias, S.A	149
GRUPO Ágora	119,6
La Sagra Brew, S.L (artesana)	17
Bebidas de Calidad Madrid (Cervezas La Virgen)	6,7
La Salve Bilbao, S.L	4
Cervezas Gran Vía, S-L	1,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022.

ferior al 50% respecto al total de la malta); cerveza extra (con un extracto seco primitivo superior o igual al 15% en masa); cerveza especial (con un extracto seco primitivo superior o igual al 13% en masa e inferior al 15% en masa); cerveza negra (cuando la bebida supera las 50 unidades de color, conforme al método analítico de la European Brewery Convention); cerveza de bajo contenido en alcohol y cerveza sin alcohol (con una graduación alcohólica menor al 1% en volumen).

Igualmente, la norma también recoge la definición de lo que es una cerveza artesana, así como también de las llamadas “bebidas de malta” y de las “claras”: las mezclas de cualquier tipo de cerveza con gaseosa, bebida refrescante aromatizada o bebida refrescante de zumos de frutas con carácter organoléptico exclusivamente de cítricos. En las “claras”, la norma establece que el porcentaje de cerveza tiene que ser superior al 50% o que su graduación alcohólica sea superior a 0,5% en volumen.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Según Cerveceros de España, en 2022 había 491 empresas cerveceras registradas, 16 menos que un año antes. Cataluña encabeza el ranking, con 110 centros de producción (4 menos que en 2021), seguida de Andalucía (72, uno menos), Castilla y León (41, uno más) y la Comunidad Valenciana (41 también).

La pandemia supuso un cambio de tendencia en el sector, que afectó especialmente a las empresas de menor tamaño. En 2022 continuó la desaparición de centros con una producción inferior a los 50.000 hectolitros (un 3% menos que en 2021).

El mercado de la cerveza en nuestro país se encuentra en manos de unos pocos y enormes grupos que tienen unas estrategias globales de producción y comercialización. Cerca del 83% de la producción procede de tres grandes grupos cerveceros y la producción artesanal de cerveza no llega al 0,2% del total.

La principal empresa del sector es un gran grupo, que facturó en 2022 un total de 1.876 millones de euros, muy por encima del año anterior. En volumen, este grupo empresarial sacó al mercado 1.134 millones de litros, también muy por encima del volumen del año precedente.

Por su lado, el segundo grupo también superó los 1.743 millones de euros, con una producción de 1.281 millones de litros. El tercer puesto en el ranking de las empresas del sector lo ocupó un grupo internacional, con una marca muy introducida en algunas zonas de España, que facturó cerca de 1.020 millones de euros (su producción quedó en 1.007 millones de litros) y la cuarta entidad en el ranking es un grupo nacional, que facturó unos 724 millones de euros. Desde el sexto lugar al décimo del ranking de empresas, las facturaciones oscilaron entre los 140 millones de euros y los 1,5 millones.

El mercado de la cerveza es más marquista que otros. En 2022, el 31,5% del volumen comercializado en la distribución organizada fueron marcas de distribuidor (MDD), mientras que la primera marca de fabricante (MDF) tenía el 29,7% de la cuota y la segunda el 17,1%, según los datos de la consultora Circana. En valor, la primera MDF representó el 32,8% del total y las MDD, el 18,9%.

CONSUMO Y GASTO EN CERVEZAS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 938,6 millones de litros de cerveza y gastaron 1.388,0 millones de euros en este producto. En términos per cápita se llegó a 20,3 litros de consumo y 30,0 euros de gasto.

COMERCIO EXTERIOR

Tradicionalmente, España ha sido un país importador de cervezas, pero con los años se ha ido incrementando la exportación y acortando la diferencia entre compras y ventas. En 2022 se confirmó la tendencia alcista de las exportaciones al registrarse un aumento del 13,4% con respecto al ejercicio anterior, hasta alcanzar los 4,2 millones de hectolitros.. Este aumento se debió a la popularidad que tienen las cervezas españolas entre los turistas y a su alta calidad.

Un año más, Portugal se consolidó como el principal destino de la cerveza española, con el 28% del total vendido (y un crecimiento del 16% respecto al año anterior). Asimismo, Reino Unido también repitió como segundo destino de las cervezas españolas (13% de las ventas).

Tras estos dos países volvieron a repetir como destinos principales China y Guinea Ecuatorial, si bien en estos casos se redujo el volumen exportado.

En cuanto a las importaciones, en 2022 se registró un descenso del 3,6% respecto al año anterior (se compraron 5,4 millones de hectolitros, según los datos de Cerveceros de España). Bélgica volvió a ser el país que más cerveza vendió a España (2 millones de hectolitros) y además incrementó sus ventas un 9% respecto al año precedente. Por detrás de este país destacaron Francia, Portugal y Países Bajos. En los tres casos, las importaciones realizadas en 2022 fueron inferiores a las del año anterior. ■

El consumo más notable se asocia a la cerveza con alcohol (17,0 litros por persona y año), mientras que la cerveza sin alcohol alcanza 3,3 litros por persona. En términos de gasto, la cerveza con alcohol concentra el 83,7% del gasto, con un total de 25,1 euros por persona, mientras que la cerveza sin alcohol supone el 16,3% del gasto con 4,9 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN CERVEZAS DE LOS HOGARES, 2022				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL CERVEZAS	938,6	20,3	1.388,0	30,0
CERVEZA CON ALCOHOL	787,7	17,0	1.161,0	25,1
CERVEZA SIN ALCOHOL	150,9	3,3	227,1	4,9
CERVEZA ARTESANALES	0,51	0,01	1,66	0,04

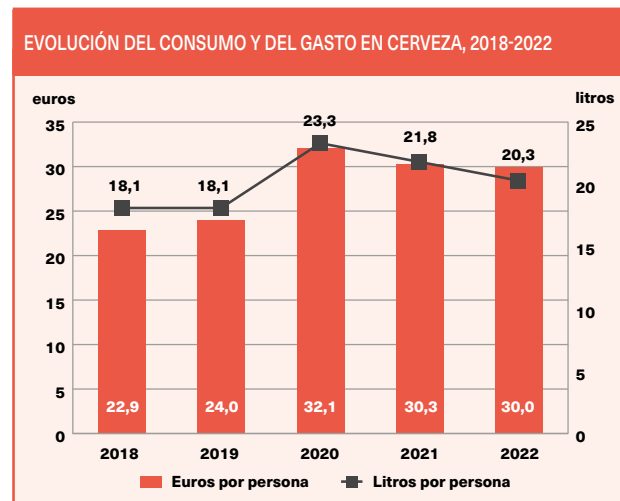
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de cerveza durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

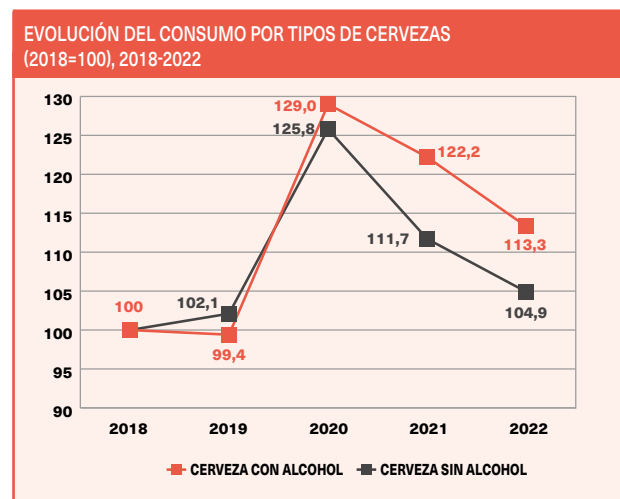
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de cerveza, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de cerveza es superior.
- En los hogares donde compra una persona 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 núcleos de población de más de 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de cerveza, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con entre 100.000 y 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos, parejas con hijos mayores y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas jóvenes sin hijos, las parejas con hijos pequeños y los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, la Región de Murcia, Andalucía y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Cantabria, Galicia y Asturias.

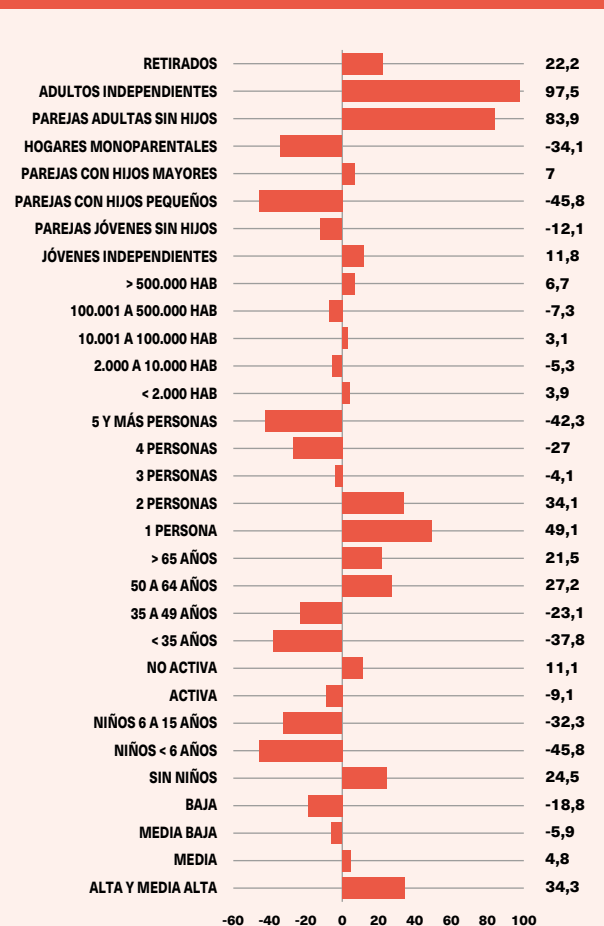
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de cerveza ha contado con distintas variaciones (incremento entre 2018-2020 y ligeras reducciones durante los dos últimos años) mientras que el gasto ha sido creciente, con aumento en el año 2020 y estabilidad en los últimos ejercicios. Entre 2018 y 2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (23,3 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar también en el ejercicio 2020 (32,1 euros por consumidor).



En la familia de cervezas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido bastante parecido para ambas variedades de cerveza (destaca el incremento del año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 y el ajuste a la baja en los años siguientes). Respecto a la demanda de 2018, el consumo tanto de cerveza con alcohol como de cerveza sin alcohol son ligeramente más elevados.

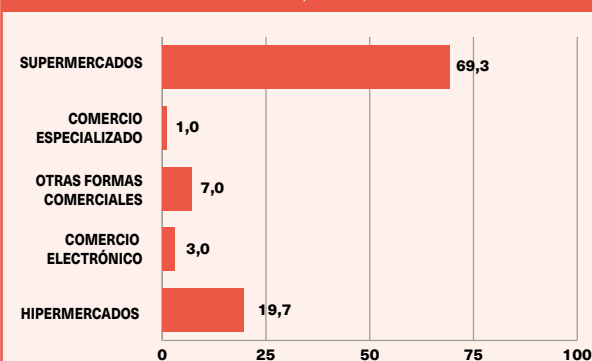


**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CERVEZA
EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)***


* Media nacional = 20,3 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de cerveza a los supermercados (69,3% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 19,7%. Los establecimientos especializados suponen una cuota del 1,0%, mientras que comercio electrónico con 3,0% y otras formas comerciales con 7,0% cubren la cuota restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CERVEZA
POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022**


AGUAS ENVASADAS



España es el cuarto país de la Unión Europea en términos de producción de agua envasada y el sector aporta cerca de 1.275 millones de euros al PIB nacional. Además, en muchas ocasiones la producción de agua se concentra en el mundo rural, por lo que el sector contribuye a la vertebración territorial del país.

Las empresas del sector de las aguas minerales volvieron a crecer en 2022, a pesar de la subida de los costes de producción (energía) y de la inflación. El agua fue un año más la bebida más consumida por los españoles y las empresas aumentaron su producción, así como también generaron más empleo.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción nacional de agua envasada en 2022 (mineral, con gas y las demás, pero no incluye el agua edulcorada o aromatizada) aumentó en volumen un 3,5% hasta los 10.579 millones de litros, un 19% más que un año antes. El valor de esta producción se elevó a 1.695 millones de euros, un 33% más. El grueso de la producción es agua mineral y agua gasificada.

Además de estas producciones, existen también las aguas edulcoradas y aromatizadas (883 millones de litros, en 2022, casi el triple que un año antes según datos del INE).

Por su lado, de acuerdo con la Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Envasadas (ANEABE), la más representativa del sector, el año 2022 consolidó la recuperación tras los años de la pandemia y la reanudación de las ventas en el canal HORECA.

La producción de las empresas asociadas a ANEABE se incrementó en conjunto un 5% hasta los 6.300 millones de litros. Este incremento de la producción estuvo acompañado de un aumento en el consumo per cápita, que se situó en 132 litros.

Como ocurriera en años anteriores, en 2022 se produjo nuevamente un incremento de las ventas de agua con marca de distribución (MDD), que logró arañar cuota de mercado gracias a unos precios más competitivos. La cuota de mercado de las MDD son mayores en el segmento del agua con gas, donde ya se supera el 50% de las ventas.

En la actualidad, el sector está apostando por utilizar envases y embalajes 100% reciclables, realizados con plástico ya reciclado. Desde hace ya años, el plástico PET es el material más utilizado para la fabricación de los envases donde se comercializa el agua, con más del 65% de la cuota total, seguido por los envases de vidrio y de papel-cartón. Desde el sector aseguran que el formato PET es el mejor material para envasar, pues

garantiza seguridad alimentaria, calidad y facilidad en el transporte y mejorar los costes.

En los últimos años, las empresas de este mercado han hecho grandes esfuerzos para incorporar el r-PET (PET reciclado) a sus principales formatos.

Igualmente, las grandes empresas del sector del agua emvasada están muy concienciadas en mejorar la sostenibilidad, en la línea marcada por el movimiento "plastic-free".

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Los principales operadores de este mercado forman parte de grupos alimentarios con intereses en otras ramas de la industria.

El líder sectorial registró unas ventas en 2022 de unos 200 millones de euros, mientras que el segundo se situó en los 175 millones de euros; el tercero superó los 108 millones de euros; el cuarto los 98 millones de euros y el quinto alcanzó los 99 millones de euros. En todos los casos, la facturación en el año 2022 se incrementó notablemente con respecto al año anterior.

La innovación, con la presentación continúa de nuevas ofertas, es la principal estrategia para arañar cuotas de ventas en un mercado muy competitivo.

A nivel europeo, el sector de aguas emvasadas está formado por unas 550 empresas y genera unos 50.000

PRINCIPALES EMPRESAS EMVASADORAS DE AGUA MINERAL

EMPRESA	Mill. Euros
Grupo Importaco (Bebidas naturales)*	745
Pepsico Bebidas Iberia (*)	320
Aguas Danone, S.A.	190
Calidad Pascual, S.A.U.(División Aguas Emvasadas) *	147
Agua Mineral San Benedetto, S.A.	123,2
Premium Mix Group, S.L (Vichy Catalán Corporation)	115
Aguas de Solán de Cabras, S.A	106,32
Grupo Nestlé (división aguas emvasadas)	90
Aquabona (Coca-Cola European Partners Iberia)	73,5
Aquadeus, S.L	45,1
Grupo DAMM (división aguas emvasadas)	25,2

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye la facturación de otras producciones.

empleos directos y 833.000 empleos indirectos e inducidos.

De acuerdo con la Federación Europea de Aguas Emvasadas (EFBW), España se sitúa como cuarto país comunitario en producción de agua mineral, por detrás de Alemania, Italia y Francia.

El consumo per cápita de agua emvasada en la Unión Europea varía significativamente de unos países a otros, pero la media ronda los 106 litros al año. Según la EFBW, España es, actualmente, el tercer país en cuanto a consumo per cápita, precedido por Italia y Alemania.



COMERCIO EXTERIOR

En 2022, las exportaciones de agua mineral aumentaron tanto en volumen como en valor, al igual que en años anteriores.

Según los datos de Comercio, las exportaciones de agua mineral con y sin gas sumaron 155,14 millones de litros. En este volumen sólo se incluye el agua mineral, natural o artificial y la gaseosada, sin adición de azúcar. El volumen de agua exportado con azúcar u otro edulcorante es mucho mayor.

El sector está cada vez más interesado en apostar por los mercados exteriores y los niveles de exportación de los últimos años así lo demuestran.

En cuanto a las importaciones, se compraron fuera 78,2 millones de litros en el año 2022, frente a los 53,4 millones de litros del año 2021. También en este caso, se trata de agua sin adición de azúcar o edulcorante, cuyo volumen importado es muy superior. ■

CONSUMO Y GASTO EN AGUAS ENVASADAS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 2.973,1 millones de litros de aguas envasadas y gastaron 630,3 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 64,3 litros de consumo y 13,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al agua envasada sin gas (62,0 litros por persona y año), mientras que el agua envasada con gas alcanza tan sólo 2,3 litros per cápita al año. En términos de gasto, el agua envasada sin gas concentra el 91,2%, con un total de 12,4 euros por persona, mientras que el agua envasada con gas presenta un porcentaje del 8,8% y un total de 1,2 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN AGUAS ENVASADAS DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL AGUA ENVASADA	2.973,1	64,3	630,3	13,6
AGUA CON GAS	104,8	2,3	55,3	1,2
AGUA SIN GAS	2.868,3	62,0	575,0	12,4



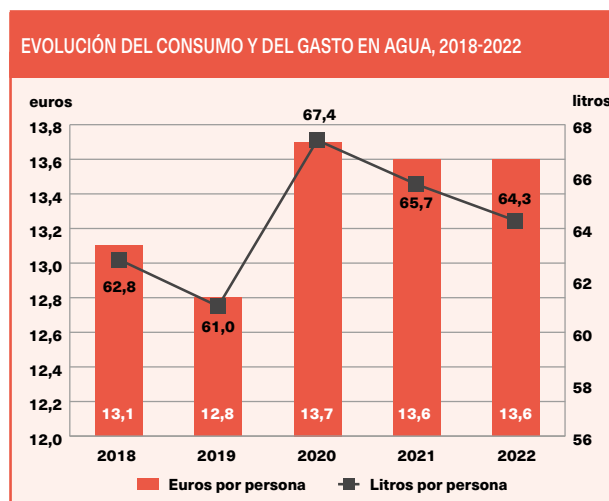
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de agua emvasada durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

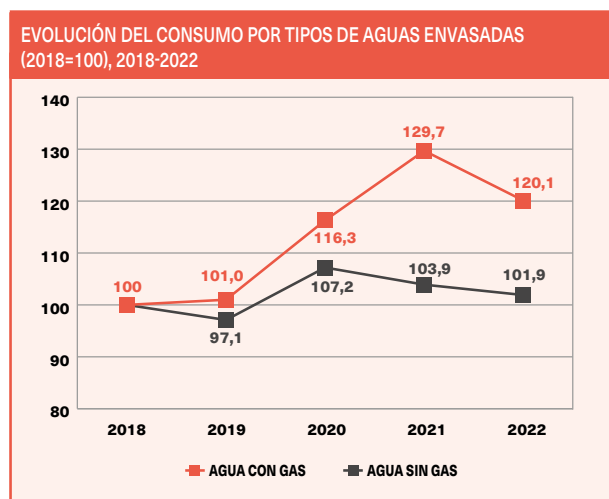
- Los hogares de clase media baja presentan el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de agua emvasada, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños de 6 a 15 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de agua emvasada es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de agua emvasada es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con edad inferior a 35 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 grandes municipios (mayores de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, 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, Comunidad Valenciana y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, País Vasco y la Comunidad de Madrid.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

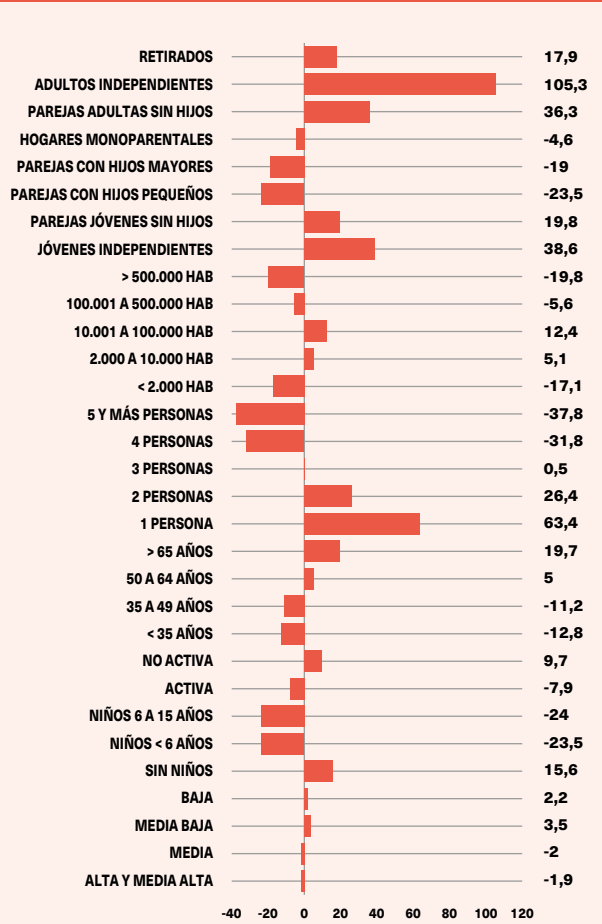
Durante los últimos cinco años, el consumo de agua emvasada ha aumentado 1,5 litros por persona y el gasto ha crecido 0,5 euros per cápita. En el periodo 2018-2022, el consumo y el gasto más elevado tuvieron lugar en el año 2020 (67,4 litros y 13,7 euros por consumidor) motivado por los efectos de la COVID-19.



En la familia de aguas emvasadas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido bastante similar para los diferentes tipos de producto puesto que, con respecto a la demanda de 2018, el consumo de agua emvasada, tanto sin gas como con gas, ha aumentado. En el último ejercicio, se atiende a una reducción tanto en el agua con gas como en el agua sin gas.



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

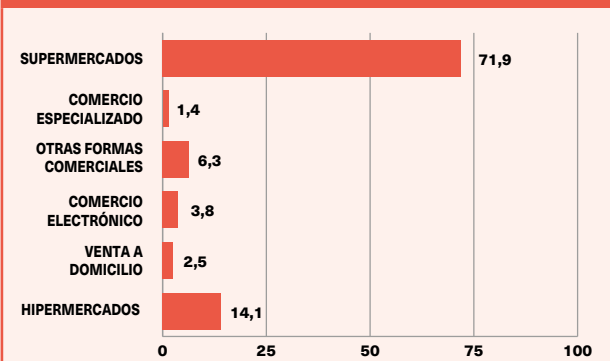


* Media nacional = 64,3 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de agua emvasada a los supermercados (71,9% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 14,1% y los establecimientos especializados representan el 1,4%. La venta a domicilio supone el 2,5% y el comercio electrónico llega al 3,8%, mientras que las otras formas comerciales concentran el 6,3% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE AGUAS ENVASADAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



VINO Y MOSTO



España es el país del mundo con mayor superficie de viñedo y también uno de los tres primeros productores y comercializadores de vino. Al acabar el año 2022 había 544.171 explotaciones vitícolas en España, así como también 4.060 bodegas y 4.024 empresas exportadoras de vinos.

Según los datos de la encuesta de viñedo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España cuenta con un total de 924.444 hectáreas dedicadas al viñedo, de las que 905.979 son tierras destinadas a la producción de vino y 15.246 hectáreas, viñedos de uva de mesa. Más del 70% de estas tierras son de secano y el restante 30% de regadío. Además, de esa superficie total unas 866.000 hectárea son tierras en producción.

El viñedo está presente en todas las regiones, pero es Castilla-La Mancha, y con mucha diferencia, la que tiene la mayor superficie y también la que más vino produce anualmente.

Así, Castilla-La Mancha contaba en 2022 con el 46% de la superficie total (uva de mesa y de vinificación). Muy por detrás destacaron por sus viñedos Castilla y León (9% de la superficie total), Extremadura (8,5%), Comunidad Valenciana (6,8%), Cataluña (6,1%), La Rioja (5,1%), Aragón (3,8%), Murcia (3,1%), Andalucía (3%), Galicia (2,6%) y Navarra (2%).

La mayor parte de los viñedos en producción que hay en España están amparados por alguna de las 101 De-

nomiación de Origen Protegida (DOP) que hay en España, o por una Indicación Geográfica Protegida (IGP) de las 42 que existen.

VARIETADES DE UVA

De la superficie de viñedo total, algo más de la mitad (53%) son cepas de variedades de uva tinta y el resto de uva blanca y otras variedades (una cantidad muy pequeña). En los últimos años, la superficie de uvas blancas ha ido creciendo y se acerca cada vez más a la de uvas tintas.

En este sentido, entre todas las variedades de uvas tintas destaca en superficie la tempranillo, que representa un 41% del total de variedades tintas y un 21% de la superficie total de viñedo. Por detrás de la tempranillo están, entre las variedades tintas, la garnacha tinta, la garnacha tintorera, la monastrell y la cabernet sauvignon.

Por su lado, cerca del 48%, de la superficie de viñedo la ocupan variedades de uva blancas, lideradas por la variedad airén, que es la primera variedad de vid en superficie. Tras la airén, destacan la macabeo, la verdejo, la pardina y la cayetana blanca.

A las variedades airén y tempranillo le siguen en importancia por la superficie que ocupan las tintas bobal, garnacha tinta y monastrell, así como también la blanca macabeo.

Además de variedades blancas y tintas hay un porcentaje pequeño de la superficie de viñedo que corresponde a parcelas con mezcla de variedades imposibles de clasificar en una u otra categoría.

De la superficie total de viñedo que hay en España, sólo un pequeño porcentaje es ecológico. Según los datos del MAPA estaban declaradas como ecológicas unas 133.000 hectáreas de viñedo.

La región con mayor superficie de vides ecológicas es Castilla-La Mancha, que cuenta con casi 63.000 hectáreas de viñedo. La segunda comunidad con mayor superficie es Cataluña (cerca de 24.000 hectáreas) y la tercera, a mucha distancia, es Murcia (11.400 hectáreas).

No obstante, el viñedo ecológico está presente en todas las comunidades autónomas, incluso en aquellas como Asturias o Cantabria que cuentan con poca superficie dedicada al cultivo de la vid.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE VINO

En España, el sector del vino tiene una gran importancia, no sólo desde el punto de vista económico sino también social y medioambiental.

En 2022, el valor de la producción de vino y mosto representó el 3,93% del valor de la Producción Vegetal Final y el 2,3% de la Producción de la Rama Agraria. En ambos casos, los porcentajes fueron superiores a los del año precedente debido al aumento de la producción y al sostenimiento de los precios.

En este sentido, al igual que en los años anteriores, el volumen de vino y mosto total producido en España se incrementó en 2022. Según los datos MAPA, a efectos de calcular la renta agraria anual se produjo un aumento del volumen de vino y mosto del 1,4% (en la campaña anterior superó el 12%) y una subida de los precios del 0%. El resultado final de estos datos es que el sector generó un valor superior en un 1,4% al del año precedente y llegó a 1.425 millones de euros.

En la vendimia de 2022 se recogieron para elaborar vinos y mostos un total de 5,4 millones de toneladas de uva, un 2,9% más que en el año anterior, de las cuales algo más de 3,1 millones de toneladas fueron uvas blancas y 2,3 millones, uvas tintas. Un año más, la comunidad con mayor producción de uva fue Castilla-La Mancha seguida muy de lejos por Extremadura y Cataluña.

Asimismo, la producción española de vino en la campaña 2022/2023 se situó en 35,87 millones de hectolitros, un 1,5% más que en la campaña pasada, según los da-

PRODUCCIONES DE MOSTO Y VINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Millones de hectolitros)

	2020	2021	2022
MUNDO	259	262	260
UE	156,5	170,6	158,7
ESPAÑA	37,3	45,95	39,44

FUENTE: OIV, EUROSTAT Y MAPA (* No incluye mosto ni zumos de uva)

tos del Ministerio de Agricultura. De este volumen total, 18,02 millones de hectolitros fueron vinos blancos (un 5,3% más que en la anterior) y 17,18 millones de hectolitros vinos tintos (un 2% menos que un año antes).

La comunidad con mayor producción de vino fue de nuevo Castilla-La Mancha, con más del 52% del total, porcentaje similar al de 2021.

VINOS DE CALIDAD

Tras la vendimia 2022 se calificaron un total de 14,4 millones de hectolitros de vino con Denominación de Origen Protegida (DOP), un volumen inferior en un 2% al de la campaña anterior. Dentro de este grupo destacaron los 1,66 millones de hectolitros de vinos espumosos y también 56.361 hectolitros de vinos de licor. Asimismo, en este grupo de vinos destacaron los tintos sobre los blancos.

Cataluña fue la que produjo más vino con denominación de origen protegida (2,4 millones de hectolitros), seguida de Castilla-La Mancha (2,2 millones de hectolitros), Castilla y León (2,1 millones de hectolitros) y La Rioja (algo más de 2 millones de hectolitros). En vinos blancos con DOP destacó Cataluña y en tintos, La Rioja.

Asimismo, ese año también se produjeron 4,3 millones de vinos amparados por una Indicación Geográfica Protegida (IGP), volumen superior en un 2,4% al de 2021, de los cuales 3,5 millones correspondieron a la producción de Castilla-La Mancha.

Además de estos volúmenes, se elaboraron un total de 8,7 millones de hectolitros de vinos varietales sin DOP ni IGP (un volumen muy superior al del año anterior) y 8,88 millones de hectolitros de vinos sin indicación geográfica.

COMERCIO DE VINOS

España es el segundo país exportador de vinos del mundo en volumen y el tercero en valor. Dentro del comercio exterior de bebidas, el vino ocupa un lugar predominante pues representa casi el 70% de las exportaciones y solo el 9% de las importaciones. Desde

siempre, los vinos han tenido una histórica tradición exportadora y en 2018 se alcanzó un récord de ventas que no pudo mantenerse en los años siguientes.

Concretamente, en 2022 (año natural, no campaña comercial) las ventas al exterior de vino y mosto alcanzaron un valor de 3.422,8 millones de euros, un 16% más que en el año anterior, según los datos de la Dirección General de Aduanas. El volumen exportado fue superior en un 14% al del año precedente, pues se vendieron en el exterior 2.744 millones de litros, mostos incluidos.

El grueso de las exportaciones de vinos fueron a la Unión Europea (74%), aunque el comercio hacia países terceros creció.

En cuanto a las importaciones de vinos, mostos y otras producciones vitivinícolas, el volumen importado en 2022 alcanzó los 1,28 millones de litros. Más concretamente, según datos de Aduanas se importaron vinos por un volumen próximo a los 69.700 hectolitros (un 25% más que en 2021) y un valor de 282,5 millones de euros.

EL VINO EN LA UE

A efectos de calcular la renta agraria comunitaria, el valor generado por el sector del vino en la UE representaba cerca del 11,2% de la Producción Vegetal Final en 2022, y también el 5% de la Producción Agraria total. El valor generado por esta producción superó los 25.580 millones de euros, según datos de la Comisión Europea.

La superficie destinada al viñedo se mantuvo estable en 2022. Según la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV), al acabar el año había cerca de 3,3 millones de hectáreas de viñedo en toda la Unión Europea. Casi un 28% de esta superficie estaba en España y los siguientes países en superficie de viñedo dentro de la UE fueron Francia e Italia.

La producción de vino y mosto comunitaria se situó en torno a 165,7 millones de hectolitros, lo que supuso un aumento del 4,4% con respecto a la campaña anterior, según datos de la Comisión Europea.

Este aumento fue consecuencia de las condiciones climáticas favorables en los principales países productores, especialmente en España.

De la producción total, más de 75 millones de hectolitros fueron vinos amparados por una Denominación de Origen Protegida (DOP) y casi otros 33,9 millones de hectolitros por una Indicación Geográfica Protegida (IGP). En ambos casos, las producciones de ese año fueron superiores a las del año anterior.

Los datos de la Comisión Europea no coinciden exactamente con los que publican otras organizaciones internacionales. Para la Comisión, Italia fue el primer país productor de vino y mosto en 2022, con un volumen de 50,11 millones de hectolitros (49,8 Mhl sólo vino).

Por detrás de Italia se situaron Francia (con 44,3 millones de hectolitros) y España (40,7 millones de hectolitros, entre vinos y mosto).

A muy larga distancia de estos tres países se situaron Alemania (8,94 millones de hectolitros); Portugal (6,8 millones de hectolitros); Rumanía (4,1 millones de hectolitros); Hungría (2,9 millones de hectolitros); Austria (2,5 millones de hectolitros) y Grecia (2,1 millones de hectolitros).

Además de ser el país con mayor producción, Italia elaboró un mayor volumen de vino amparado por una DOP, con 23,8 millones de hectolitros en 2022.

Por su parte, Francia fue el país con un mayor volumen de vino amparado por una IGP: 12,6 millones de hectolitros en 2022.

CONSUMO DE VINO EN LA UE

El consumo de vino en la UE representa el 48% del total mundial y España es el cuarto país comunitario donde más vino se consume. Según las estimaciones de la OIV, en 2022 se consumieron unos 111 millones de hectolitros de vino, un 2% menos que en el año anterior.

El porcentaje que representa el consumo de vino en la UE con respecto al total mundial ha ido descendiendo en los últimos años.

Francia volvió a ser el país con un mayor consumo dentro de la UE, con 25,3 millones de hectolitros, un volumen más alto que en el año anterior. Por detrás de los franceses se situaron los italianos, con 23 millones de hectolitros y los alemanes, con 19,4 millones de hectolitros.

La cuarta posición fue para España, con 10,3 millones de hectolitros y por detrás se situaron Portugal, con 6 Mhl (la mayor subida de todos los países comunitarios); Rumanía (3,7 Mhl), Países Bajos (3,6 Mhl); Austria (2,4 Mhl), República Checa (2 Mhl) y Suecia (2 Mhl).

EL VIÑEDO EN EL MUNDO SE MANTIENE

La superficie dedicada al cultivo del viñedo en el mundo está más o menos estable desde hace varios años. En 2022, la superficie mundial total dedicada al viñedo (incluye tanto uva de mesa como uva de vinificación) se

situó en algo más de 7,2 millones de hectáreas, según los datos publicados por la OIV, que suponen una caída de sólo el 0,4% con relación al dato de 2021.

De esa cifra total, 3,3 millones de hectáreas están en la Unión Europea y las restantes 4 millones en países terceros.

Según la OIV, en Europa sigue creciendo la superficie de viñedo gracias a países como Francia e Italia. Por el contrario, en otros como Estados Unidos, Turquía o Sudáfrica, la superficie de viñedo va a menos.

España sigue ocupando el primer lugar en superficie de viñedo del mundo, con el 13,1% del total, seguida de Francia (11,2%) y China (10,8%), que en los últimos años ha mantenido su superficie de viñedos. El cuarto puesto en superficie lo ocupa Italia, con el 9,9% del total en 2022.

PRODUCCIÓN DE VINO EN EL MUNDO

Según los datos de la OIV, la producción total de vino en el mundo (sin tener en cuenta mostos ni zumos de uva) se acercó a los 258 millones de hectolitros en el año 2022, un volumen inferior en un 1,15% al del año anterior. Por cuarto año consecutivo, la producción mundial quedó por debajo de la media.

La aportación de la Unión Europea a la producción mundial de vino en 2022 ascendió al 64,2%, un porcentaje superior al que representaba en 2021.

Por detrás de la UE en producción de vino se situó Estados Unidos (8,6% del total mundial), Australia (4,9%), Chile (4,8%), Argentina (4,4%), Sudáfrica (3,9%), China (1,6%) y Rusia (1,8%).

A nivel mundial, Italia volvió a ser por cuarto año consecutivo el país con mayor producción de vino (casi 50 millones de hectolitros, que no incluyen mostos ni zumos y que supusieron un descenso del 1% con relación a 2021).

Tras Italia, un año más se situó Francia con 35,7 millones de hectolitros (un 7% menos que en el año anterior) y después España, según la OIV.

EL CONSUMO MUNDIAL CEDE

El consumo de vino en el mundo volvió a bajar en 2022, después de haberse incrementado en 2021. Según los datos de la Organización de la Viña y el Vino (OIV) se consumieron un total de 232 millones de hectolitros, 2 millones menos que un año antes. La guerra en Ucrania

y la crisis energética asociada a ella, junto a las interrupciones en la cadena de suministros, llevaron a un repunte de los costes de producción y distribución, que ocasionó un aumento de los precios y un descenso del consumo.

Estados Unidos volvió a ser el país con mayor consumo a nivel mundial, pues además en 2022 incrementó sus cifras (de 33,1 millones de hectolitros a 34), seguido de Francia, Italia, Alemania, Reino Unido y Rusia. En Asia destacó por su consumo de vinos China, con 8,8 millones de hectolitros y en América de Sur, sobresalieron países como Argentina y Brasil. Finalmente, en Sudáfrica el consumo de vino estimado en 2022 fue de 4,6 millones de hectolitros, mientras que en Australia se cifró el consumo en 5,5 millones de hectolitros, un 3% menos que en el año anterior.

COMERCIO MUNDIAL DE VINO

En cuanto al comercio mundial, las exportaciones se elevaron a 107 millones de hectolitros, lo que supuso un retroceso del 5% con respecto a la cifra históricamente alta de 2021.

Como en años anteriores también en 2022 el comercio mundial estuvo dominado por España, Francia e Italia. Según datos de la OIV, la suma de las exportaciones de vino de estos tres países representó el 53% de todas las exportaciones mundiales durante ese año, ya que se incrementaron sus ventas.

De todos los países del mundo, en 2022 fue Italia el que más volumen de vino exportó, según la OIV. En concreto, 21,9 millones de hectolitros, un 0,6% menos que en 2021. Por detrás se situó España con 21,2 millones de hectolitros (un 10,2%, según los datos de la OIV) y Francia con 14 millones de hectolitros (4,5% menos).

Sin embargo, en términos de valor Francia se confirmó como el primer país exportador del mundo, ya que vendió vinos por valor de 12.279 millones de euros, un 10,9% más que en el año anterior.

Otros países de la UE que también son grandes exportadores de vino son Alemania y Portugal, mientras que entre los países terceros destacaron por sus ventas exteriores a nivel mundial Chile, Sudáfrica, Argentina, Australia, Nueva Zelanda y Estados Unidos.

Precisamente, Estados Unidos es también el primer importador mundial de vino. En 2022, según datos de la OIV, importó 14,4 millones de hectolitros, un 3,3% más que un año antes. Otros países que son grandes importadores de vino son Alemania y Reino Unido. ■

VINO

España es uno de los tres países del mundo con mayor producción de vino, junto a Italia y a Francia. La producción media de vino y mosto está entre los 40 y los 42 millones de hectolitros (40,5 millones de hectolitros en el año 2022).

La producción de vino y mosto está muy ligada, por un lado, al turismo y, por otro, a la lucha contra el despoblamiento rural, pues el viñedo está presente en todo el territorio nacional. En este sentido, casi 3 millones de personas al año visitan bodegas y rutas del vino, realizando un gasto medio cercano a los 80 millones de euros al año, según estimaciones del sector.

Otra característica del sector del vino es que cuenta con una amplia red de figuras de calidad reconocidas a nivel internacional (DOP, IGP, etc.). Concretamente, en 2022 había en España 144 figuras de calidad para los vinos, de las cuales 4 tenían ámbito supraautonómico.

El consumo en España durante el año 2022 cayó un 8,2% hasta los 9,6 millones de hectolitros, según los datos que se extraen del INFOVI (sistema de información de mercados del sector vitivinícola).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Dentro de la industria de la alimentación y bebidas, el sector del vino es uno de los más dinámicos.

La organización que defiende los intereses de las bodegas y trabaja para potenciar el comercio del vino y los productos elaborados a partir de la uva es la Federación Española del Vino (FEV), creada en 1978.

Esta es una organización de ámbito nacional, con más de 850 bodegas asociadas, de las cuales un 25% son de mediano tamaño, un 74% son pequeñas y un 1% grandes. Además de las bodegas, también hay en la FEV 234 socios directos y 16 asociaciones. Los socios de la FEV aportan el 75% del valor generado por el vino embotellado en España.

Por otro lado, a finales de 2021 se constituyó la Federación de Industrias Vitivinícolas de España (FIVE), con el objetivo de aunar esfuerzos para solucionar problemas comunes del sector. En FIVE están integradas varias asociaciones vitivinícolas regionales, así como otras del sector de los mostos o el vinagre.

A nivel nacional existen cerca de 4.135 bodegas. El capital de estas bodegas es mayoritariamente de origen español, de tipo familiar, mientras que un gran número están constituidas como cooperativas agrarias.

El sector español se encuentra inmerso en un importante proceso de actualización y renovación. La facturación global ascendió a más de 8.100 millones de euros, lo que supone aproximadamente el 2,2% del Valor Añadido Bruto (VAB) del país.

Castilla-La Mancha es la comunidad autónoma con un mayor número de bodegas, con el 25% del total nacional. A continuación están 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 sector del vino genera y mantiene más de 427.700 puestos de trabajo directos e indirectos.

El grupo empresarial líder del sector del vino es de capital español y facturó en 2022 un total de 1.050 millones de euros, muy por encima del valor alcanzado un año antes. La segunda empresa en facturación es también un grupo muy ligado al cava, que facturó 420 millones y la tercera llegó hasta los 330 millones de euros. El resto de las 10 primeras empresas del ramo facturaron entre 252 y 72 millones de euros en el año 2022.

Tras un largo período de negociación y desarrollo, el Gobierno aprobó en 2022 la Ley 7/2022 de resi-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE VINOS	
EMPRESA	Mill. Euros
Grupo Freixenet	420
J. García Carrión, S.A. (JGC) Grupo (*)	1.050
Félix Solís Avantis, S.A. - Grupo	330
Grupo Familia Torres (*)	252
Grupo Raventós Codorniu	180
CIA Vinícola Norte España, S.A (CVNE)	125
Pernod Ricard Winemakers Spain, S.A	115,7
Grupo González Byass (Vinos)*	240,0
Grupo Barón de Ley, S.A (Grupo)	103,3
Virgen de las Viñas Bod. Y Almazara S.Coop.	72,7

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

duos y suelos contaminados y el Real Decreto (RD) 1055/2022 de envases y residuos de envases, que traspone la directiva 2018/852. Esta nueva norma sustituye la normativa en vigor desde hace más de 25 años y supone una revisión integral en esta materia para avanzar en la implantación de la economía circular y alcanzar los nuevos objetivos de reciclado de envases para los próximos años.

COMERCIO EXTERIOR

Según datos de la FEV, España es el primer país exportador de vino en volumen con una media de 2.300 millones de litros. Asimismo, en valor es el tercer país, pues sus ventas internacionales rondaron en 2022 los 3.000 millones de euros, una cifra récord para el sector.

En España había 4.024 bodegas exportadoras de vino en 2022 y los vinos españoles se vendieron en 189 países. ■

VINOS CON IGP VINOS DE LA TIERRA

En la campaña 2021/2022 había en España 43 vinos con Indicación Geográfica Protegida (IGP), que son vinos con derecho al uso del término tradicional “Vino de la Tierra”.

Las IGP tienen un nombre que identifica un producto como originario de un lugar determinado y existe un vínculo o relación causa-efecto entre las características del vino y el medio geográfico en el que se produce.

La comercialización total de vinos amparados por una IGP durante la campaña computada fue de más de 2 millones de hectolitros, un 48,9% menos que en la campaña precedente. Las IGP que más vino comercializaron fueron Castilla (1,6 millones de hectolitros), Castilla y León (140.628 hl.) y Extremadura (104.896 hl).

Por tipos de vino, destacaron en producción los tintos (51,5%), seguidos de los blancos (40,5%). Asimismo, el vino tinto representó el 48,3% de todo el vino exportado y el blanco, el 42%.

La Unión Europea fue el destino principal de estos vinos con IGP (70% del total comercializado en la campaña 2021/22) y por países destacaron como compradores Alemania e Italia. Por su lado, entre los países

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de hectolitros)			
CC.AA	2020	2021	2022
ANDALUCÍA	774,3	820,0	659,3
ARAGÓN	1.252,4	1.053,9	1.098,8
BALEARES	26,8	34,0	36,5
CANARIAS	22,4	30,2	31,3
CASTILLA Y LEÓN	2.084	2.060,4	2.294,5
CASTILLA-LA MANCHA	23.923,6	18.464,4	18.584,13
CATALUÑA	2.390,4	3.134,9	2.707
COMUNIDAD VALENCIANA	2.336,7	2.035,0	1.969,6
EXTREMADURA	2.707,1	2.434,8	3.247,2
GALICIA	356,4	435,8	412,1
LA RIOJA	2.046	2.061,9	2.084,7
MADRID	72,6	55,9	69,9
MURCIA	854,9	748,5	718
NAVARRA	750,7	618,9	602,5
PAÍS VASCO	651,8	662,7	695
OTRAS CC.AA	629,0	737,0	666
TOTAL ESPAÑA	40.879,0	35.388,0	35.876,2

FUENTE: INFOVI, MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINOS DE MESA Y VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN (Millones de hectolitros)			
PRODUCTO	2020	2021	2022
VINOS COMUNES DE MESA	21,1	16,5	17,17
VINOS CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA	4,9	4,2	4,3
VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA	15,9	14,7	14,3
TOTAL	40,87	35,38	35,87

FUENTE: INFOVI en rojo comisión europea

terceros que más vino compraron en esta categoría fueron China, Rusia, Reino Unido y Estados Unidos.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En la campaña 2021/2022, el número de bodegas dentro de las indicaciones geográficas era 695 (18 menos que en la campaña anterior), de las cuales 551 eran embotelladoras (38 más). La IGP Castilla fue la que contaba con más bodegas (204 esa campaña), seguida de la IGP Castilla y León (203) y de la IGP Extremadura (72). Según los datos del Ministerio de Agricultura, el valor económico estimado en bodega fue de casi 254 millones de euros en la campaña. La IGP Castilla fue la que más valor alcanzó (casi el 53,5% del total), seguida de la IGP Castilla y León (14,3%) y de la IGP Extremadura (9,29%) ■

Denominación de origen



Real Casa de la Moneda
Fábrica Nacional
de Moneda y Timbre

Departamento de ventas
Tel.: 91 566 65 64
www.fnmt.es



VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Los intereses de las denominaciones de origen del vino están representados por la Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV), que es una asociación sin ánimo de lucro.

Según los datos del CECRV, una denominación de origen es una de las figuras de calidad que engloba el concepto Denominación de Origen Protegida (DOPs).

En 2022 había en España 101 denominaciones de origen protegidas (5 más que un año antes), de las cuales 69 son Denominaciones de Origen (DO) y 2 de ellas son además calificadas (DOCa). También había protegidos 24 vinos de pago (VP) y 7 vinos de calidad (VC).

Las DOPs identifican productos originarios de un lugar geográfico, cuya calidad y características se deben al vínculo con ese lugar y a los factores naturales y humanos inherentes al mismo y en el que el proceso de producción tiene lugar en su totalidad en esa zona geográfica.

La diferencia entre una denominación de origen protegida (DOP) y una indicación geográfica protegida (IGP) está, entre otras cosas, en que el vínculo entre la calidad del vino y las uvas con la zona geográfica en la que se produce es mayor en el caso de las DOP, según el CECRV.

Además, las denominaciones se diferencian de las IGP en que en las primeras el 100% de las uvas que se utilizan para la elaboración de vinos tienen que proce-

der exclusivamente de la zona geográfica de producción protegida (en las IGP es el 85%).

De las 68 DO de vinos, 3 tienen un ámbito supra-autonómico (Cava, Rioja y Jumilla) y amparan producciones de más de una región. También hay dos de estas denominaciones que, por sus características especiales, llevan además el sobrenombre de Calificadas: las DOCa: Rioja y Priorat (Tarragona). A este respecto, las denominaciones de origen calificadas son aquellas que tienen una exigencia suplementaria en cuanto a normativa y antigüedad.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, la comercialización de vinos con denominación de origen durante la campaña 2021-2022 superó los 10,83 millones de hectolitros, un 4,5% más que en el ejercicio anterior. Las demandas interiores representan el 59,3% del volumen total comercializado y crecieron en un 10,5%, mientras que el restante 40,63% constituyó el porcentaje de las ventas en el exterior, que se redujeron un 3,3%.

Las existencias totales en bodega al final de campaña (31 de julio 2022) se acercaron a los 22 millones de hectolitros, un 0,6% más que un año antes. Por el contrario, se produjo un descenso del volumen de vino calificado al final de campaña (10,9 millones de hectolitros, un 0,66% menos).

En la última campaña contabilizada (2021/2022), la principal denominación de origen atendiendo al volumen de vino comercializado es la DOCa Rioja, ya que acaparó el 24,1% del total, seguida por las de Cava (17,1%), Rueda (7,5%), Ribera de Duero (7,2%) y Valdepeñas (4,2%).

Teniendo en cuenta únicamente al mercado interior, la DOCa Rioja ocupó también el primer puesto, con el 24,6% del total, seguida por Rueda (11%) y Ribera del Duero (9,9%).

Por su lado, en comercialización total de vino de denominación de origen por tipos sobresalió el tinto, con el 50,4% del total en volumen. En segundo lugar se situaron los vinos blancos (23,77%), seguidos de los espumosos (17,2%), los vinos de licor (4,35%), los vinos rosados (4,23%) y los vinos de aguja (0,03%). Con respecto a la campaña anterior, se registró un crecimiento notable de los vinos de aguja, así como también del vino blanco y el rosado.

Los viticultores inscritos en los registros de las diferentes denominaciones ascendían en 2022 a 103.860 y contaban con una superficie de producción de 572.747





hectáreas (un 0,44% menos respecto a la anterior campaña). Las denominaciones con más viticultores fueron La Mancha y Rioja.

En esa campaña, había también 4.038 bodegas (2,1% menos que en la anterior campaña). Las denominaciones con mayor número de bodegas fueron Rioja, Cava y Ribera del Duero.

El valor económico estimado en bodega de la comercialización interior y exterior de los vinos DOP ascendió a 4.080 millones de euros, lo que supuso un aumento del 11,7% con respecto a la campaña presente, según los datos del MAPA. Rioja volvió a situarse en cabeza con el 26,11% de la facturación, seguida de Cava (14,5%), Ribera del Duero (11,3%), Rueda (6%) y Rías Baixas (4,8%).

COMERCIO EXTERIOR

Si bien en los últimos ejercicios las demandas del mercado interno han tendido a crecer de manera más significativa, las exportaciones continúan siendo un elemento primordial para garantizar la sostenibilidad del sector.

En la campaña 2021/2022 se exportaron 4,4 millones de hectolitros de estos vinos con denominación, lo que supuso el 40,6% del total. Por tipos de vinos, los tin-

tos representaron el 48,1% de esas exportaciones; los blancos el 14,1%; los rosados el 3,47%; los espumosos el 29,6%; los de licor el 4,6%; los de aguja el 0,02% y otros tipos de vinos el 0,01%.

En el mercado exterior, la denominación que mostró un mejor comportamiento en la campaña 2021/2022 fue Cava, que representó en torno al 26,7% del total exportado, seguida de Rioja con el 23,9%.

Durante la última campaña 2021/2022 se exportaron algo más de 4,55 millones de hectolitros. El vino tinto representó más de la mitad en volumen de todo lo comercializado en la campaña 2021/2022 y el vino espumoso en torno al 26,8%. Por tipos de envase, en la campaña analizada prácticamente el 99,4% de todo el vino con denominación exportado estaba embotellado.

Las exportaciones españolas de vino con denominación de origen se dirigieron preferentemente hacia otros países de la Unión Europea (43,4% del total). Este porcentaje aumentó con respecto a la campaña precedente. Por su lado, a la Europa que no está dentro de la UE se enviaron el 26,5%.

En términos generales, los principales mercados de destino en la campaña 2021/2022 fueron Reino Unido (723.514 hectolitros), Alemania (633.269 hectolitros), EE.UU. (464.320 hectolitros), Holanda (274.010 hl.), Bélgica (269.292 hl.) y Rusia (173.537 hl.) ■

CAVA

El sector del cava volvió a dar una muestra de una gran capacidad de resiliencia en 2022, al sacar al mercado una producción récord gracias al buen comportamiento de las exportaciones y del consumo interior.

El cava es un vino espumoso de calidad, elaborado por fermentación en botella según el método tradicional. Para su elaboración se añade al "vino base" azúcar y levaduras y se embotella. Las botellas obtenidas se almacenan en posición horizontal en las bodegas o cavas y allí se produce la segunda fermentación con la formación de espuma. Finalizada esa segunda fermentación y su posterior crianza (de nueve meses a 2 años), se realiza otra nueva operación denominada "removido", con la cual se conduce el sedimento de levaduras hacia el cuello de la botella, junto al tapón. Tras el "removido" se produce el degüelle, que consiste en abrir la botella para que la propia presión haga saltar el sedimento, quedando

el vino brillante. Finalmente, la botella se rellena con el mismo cava obtenido, añadiendo o no el licor de expedición (mezcla de vino y azúcar) para obtener los distintos tipos de cava, en función de su contenido en azúcares.

La producción nacional de cava está amparada por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Cava, que tiene ámbito nacional, aunque la mayor parte de las zonas productoras están en Cataluña.

En concreto, la denominación de origen cava ampara la producción de 159 municipios: 63 de la provincia de Barcelona, 52 de Tarragona, 12 de Lleida, 5 de Girona, 18 de La Rioja, 2 de Zaragoza, 3 de Álava, 2 de Navarra y los de Requena (Valencia) y Almendralejo (Badajoz).

Según los datos del Consejo Regulador de la DO Cava, la producción de botellas de cava durante 2022 llegó hasta casi 254 millones, lo que supuso un incremento interanual del 0,69%. Hay que tener en cuenta que 2021 fue un año muy bueno para el sector por la recuperación del consumo en la hostelería y la restauración.

La gran mayoría del cava producido fue blanco (229,6 millones de botellas en 2022, un 1,2% más que un año antes) y el resto fue cava rosado (25 millones de botellas, un 3,6% menos).

Del volumen total de cava comercializado, prácticamente el 80,7% se compra a través de canal alimentación y un 17,4% en hostelería (el resto son ventas "online"). La zona de mayor consumo de cava está en el noreste del país, con Barcelona como epicentro.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el Consejo Regulador del Cava aparecían inscritas en el año 2022 un total de 6.144 explotaciones (un 2,23% menos que en el año anterior), con una superficie de 38.274 hectáreas (0,37% más que un año antes). De esta superficie, el 36,6% eran viñas con uvas de la variedad macabeo; el 27,7% de la xarel-lo; el 19,2% de perellada y el 5,3% de chardonnay.

Además, en 2022 el número de empresas elaboradoras de vino base ascendió a 144 y el de las empresas elaboradoras del cava en 206, según datos del Consejo Regulador del Cava.

Las bodegas que forman la DO Cava facturaron en el año 2022 un total de 2.192 millones de euros, un 15% más que en el año anterior.

El sector bodeguero del cava se encuentra dominado por dos grandes grupos de capital español, aunque con fuertes procesos de internacionalización.

El líder sectorial registró unas ventas en 2022 de más de 420 millones de euros y produce más de 90 millones de botellas de cava. El segundo tuvo unas ventas de 180 millones de euros y su producción supera los 40 millones de botellas de cava. El primero domina los mercados internacionales, mientras que el segundo es hegemónico en el mercado interno.

COMERCIO EXTERIOR

En contra de lo sucedido un año antes, el sector del cava en el exterior siguió mostrando signos de fortaleza en el año 2022. El mercado exterior representó hasta el 69% de las ventas totales de la Denominación de Origen Cava.

Según los datos del Consejo Regulador, se exportaron 171 millones de botellas (entre países terceros y mercado comunitario) y Alemania volvió a ser un año más el principal destino del cava español, al incrementar sus compras un 2,2%.



El segundo destino volvió a ser Estados Unidos contra todo pronóstico, pues redujo sus compras un 8,8% en 2022. Por detrás se situaron países como Bélgica (a pesar de que redujo sus compras un 8,5%), Reino Unido, Suecia o Japón.

Es de destacar que durante 2022 las ventas de la categoría de cava Guarda Superior (más de 18 meses de crianza) se incrementaron un 100%, según datos del Consejo Regulador del Cava.

Finalmente, las importaciones de vinos espumosos, en especial de champagne francés, son mucho menos importantes que las exportaciones de cava. En el año 2022, se compraron en el exterior 11,7 millones de litros de vinos espumosos, un volumen bastante más bajo que el del año 2021, cuando se dispararon las compras. De este total, 4,1 millones de litros eran champán. ■

MOSTO

La encuesta industrial anual de productos, que publica anualmente el INE, indica que la producción de mosto de uva en 2022 ascendió a 1,38 millones de hectolitros y su valor fue de 55,5 millones de euros. Por su lado, según estimaciones del Ministerio de Agricultura, la producción española de mosto durante la campaña 2022 alcanzó finalmente los 4,8 millones de hectolitros.

Castilla-La Mancha concentra la producción de mosto, seguida a mucha distancia por la Comunidad Valenciana, Extremadura, Andalucía y Cataluña.

Aproximadamente el 75% de los mostos producidos en España provienen de uvas de variedades blancas. La gran mayoría de los mostos (95% del total) se elabora con uvas sin ningún tipo de protección por marca de calidad.

La Asociación Empresarial de Zumos de Uva y Mostos de España (AZUME) está formada por las principales compañías españolas de elaboración de mostos, mostos concentrados y mostos concentrados rectificadas.

AZUME, que se constituyó en 2014, es la única organización española dedicada en exclusiva a la promoción y defensa de la calidad de los mostos de uva. Para ello, cuenta con unos estrictos criterios de admisión de nuevos socios y con un régimen interno que garantiza el cumplimiento por parte de sus miembros de las buenas prácticas de elaboración y comercialización.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CAVA

EMPRESA	Mill. Euros
Grupo Freixenet	420
Grupo Raventós Codorniu	180
J García Carrión, S.A. Grupo (B. Jaume Serra, S.L) (*)	1050
Masia Vallfornosa,S.A	33,2
Covides, S.C.C.L	25,9
Torre Oria S.L (*)	36,3
Castell D'Or, S.L (*)	18,32
Josep Masachs, S.L (*)	16

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022 *Incluye la facturación de otras producciones.

PRODUCCIONES DE MOSTO Y VINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA

(millones de hectolitros)	2020	2021	2022
MUNDO*	262	261	258
UE	170,6	158,7	165,69
ESPAÑA	45,95	39,44	40,6

FUENTE: OIV, EUROSTAT Y MAPA (* No incluye mosto ni zumos de uva)

En España están registradas más de una decena de empresas productoras y comercializadoras de mosto, pero no todas ellas forman parte de AZUME.



COMERCIO EXTERIOR

La demanda exterior de mostos y zumos de uva se mantiene al alza y la exportación puede ser una alternativa para reducir las existencias de vino en momentos en los que la demanda interna no crece.

En 2022 se exportaron, según los datos de Comercio, 36,3 millones de litros y las exportaciones de mostos

representan el 28% de comercio total de zumos y néctares de nuestro país. Las importaciones, por su parte, fueron poco representativas y escasas (2 millones de litros en el año 2022).

Los destinos principales de estos mostos fueron los países de la UE, con Italia, Francia y Alemania a la cabeza. ■

CONSUMO Y GASTO EN VINO

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 412,0 millones de litros de vinos y derivados y gastaron 1.217,8 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 8,9 litros de consumo y 26,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los vinos sin DO/IGP (3,1 litros por persona y año) y a los vinos tranquilos (2,9 litros per cápita), seguidos de los espumosos, con 0,5 litros por persona al año. En términos de gasto, los vinos tranquilos concentran el 50,6%, con un total de 13,3 euros por persona, los vinos sin DO/IGP presentan un porcentaje del 16,7% y un total de 4,4 euros por persona al año, mientras que los espumosos suponen un 11,0% del gasto con un total de 2,9 euros per cápita al año.



CONSUMO Y GASTO EN VINO DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL VINOS Y DERIVADOS	412,0	8,9	1.217,8	26,3
VINOS TRANQUILOS	134,1	2,9	615,6	13,3
NACIONAL	131,8	2,8	605,3	13,1
EXTRANJERO	2,4	0,1	10,5	0,2
TINTO	88,7	1,9	427,3	9,2
BLANCO	39,1	0,8	169,0	3,7
ROSADO	6,3	0,1	19,3	0,4
ESPUMOSOS	24,4	0,5	136,4	2,9
VINOS DE AGUJA	1,3	0,0	4,4	0,1
VINO SIN DO / IGP	141,7	3,1	203,4	4,4
NACIONAL	123,6	2,7	173,1	3,7
EXTRANJERO	3,3	0,1	9,9	0,2
OTROS VINOS	14,7	0,3	20,3	0,4
VINO TINTO	74,9	1,6	109,2	2,4
VINO BLANCO	56,8	1,2	78,3	1,7
VINO ROSADO	23,4	0,5	64,1	1,4
VINO CON IGP	23,4	0,5	64,1	1,4
OTROS VINOS SIN DO / IGP	1,9	0,0	8,8	0,2

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

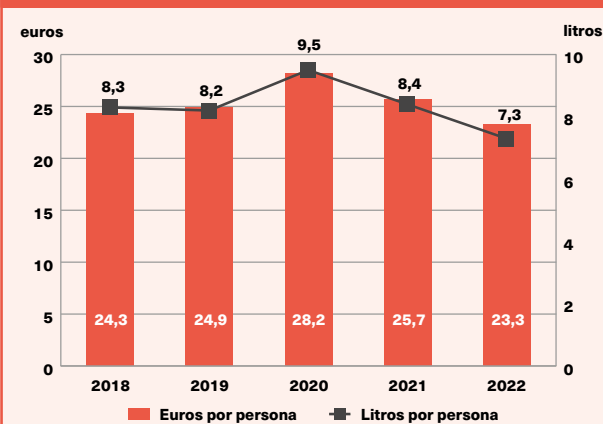
En términos per cápita, el consumo de vinos durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de vinos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de vinos es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de vinos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de vino, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos superiores a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de vinos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos menores de 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de parejas adultas sin hijos, adultos independientes, y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas con hijos mayores, los jóvenes independientes, las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Baleares, La Rioja y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Castilla y León, Castilla-la Mancha y Extremadura.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

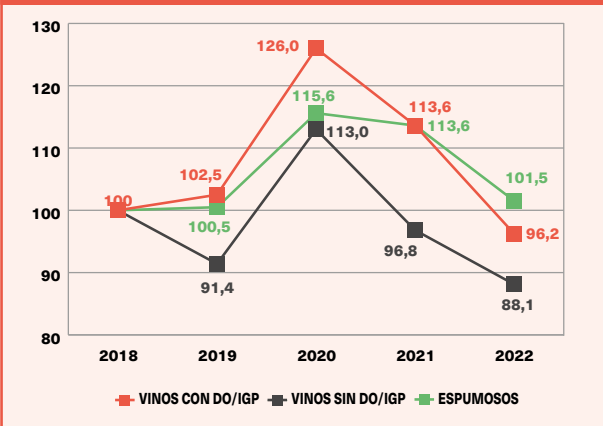
Durante los últimos años, el consumo de vinos mostraba una cierta estabilidad hasta que el ejercicio 2020 se produce un repunte motivado por los efectos de la COVID-19 que, en los ejercicios 2021 y 2022, ha sido reajustado a la baja hasta llegar a un punto en el que la demanda es inferior al periodo anterior a la pandemia. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2020 (9,5 litros), mientras que el mayor gasto se registró también en el ejercicio 2020 (28,2 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN VINO, 2018-2022

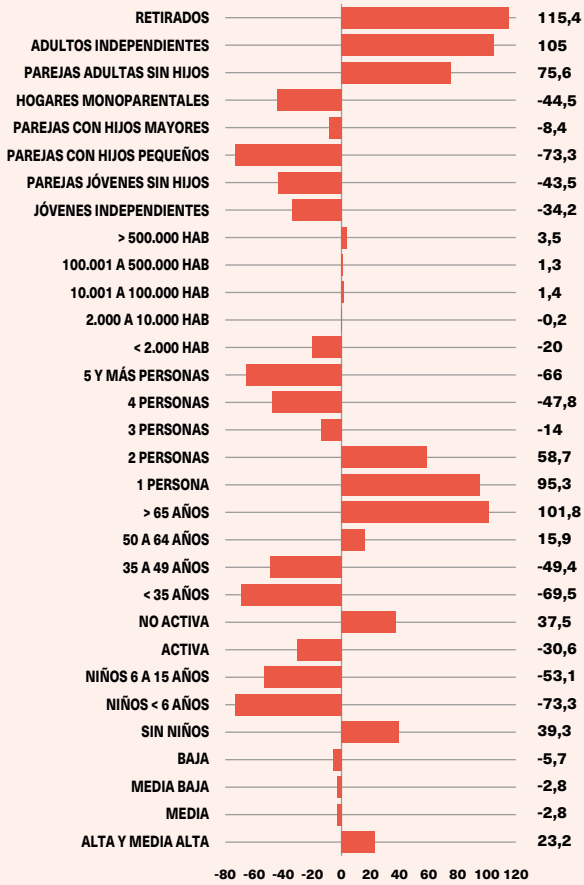


En la familia de vinos y espumosos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido bastante parecida para los distintos tipos de producto. Respecto a la demanda de 2018, solamente el consumo de vinos espumosos ha aumentado mientras que, por el contrario, en vinos con DO/IGP y vinos sin DO/IGP se produce un retroceso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE VINO (2018=100), 2018-2022



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

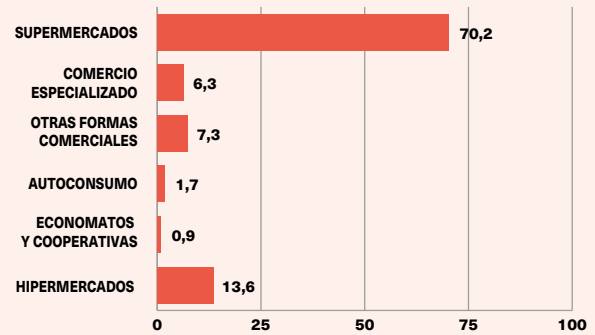


* Media nacional = 8,9 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de vino a los supermercados (70,2% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 13,6%. Los establecimientos especializados representan el 6,3%, los economatos y cooperativas el 0,9%, el comercio electrónico el 1,7% y otras formas comerciales aglutinan el 7,3% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE VINO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



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

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

CONDADO DE HUELVA *
 JEREZ-XERÈS-SHERRY
 MÁLAGA *
 MANZANILLA SANLÚCAR DE BARRAMEDA *
 MONTILLA-MORILES *
 SIERRAS DE MÁLAGA *
 VINO NARANJA DEL CONDADO DE HUELVA *

VINOS DE LA TIERRA

ALTIPLANO DE SIERRA NEVADA *
 BAILÉN *
 CÁDIZ *
 CÓRDOBA *
 CUMBRES DE GUADALFEO *
 DE LAS SIERRAS DE LAS ESTANCIAS Y
 LOS FILABRES *
 DESIERTO DE ALMERÍA *
 LADERAS DE GENIL *
 LAUIJAR-ALPUJARRA *
 LOS PALACIOS *
 NORTE DE ALMERÍA *
 RIBERA DEL ANDARAX *
 SIERRA NORTE DE SEVILLA *
 SIERRA SUR DE JAÉN *
 TORREPEROGIL *
 VILLAVICIOSA DE CÓRDOBA *

VINOS DE CALIDAD

GRANADA *
 LEBRIJA *

BALEARES

DENOMINACIONES DE ORIGEN

BINISSALEM
 PLÀ I LLEVANT

VINOS DE LA TIERRA

FORMENTERA I
 BIZA
 ILLES BALEARS
 ISLA DE MENORCA
 MALLORCA
 SERRA TRAMUNTANA-COSTA NORD



ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CALATAYUD *
 CAMPO DE BORJA *
 CARIÑENA *
 CAVA **/ *
 SOMONTANO *
 AYLÉS *

VINOS DE LA TIERRA

BAJO ARAGÓN *
 RIBERA DEL GÁLLEGO-CINCO VILLAS *
 RIBERA DEL JILOCA
 RIBERA DEL QUEILES **/ *
 VALLE DEL CINCA *
 VALDEJALÓN *

CANARIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ABONA *
 GRAN CANARIA *
 EL HIERRO *
 LANZAROTE *
 LA GOMERA *
 LA PALMA *
 TACORONTE-ACENTEJO *
 VALLE DE GÜIMAR *

VALLE DE LA OROTAVA *

YCODEN-DAUTE-ISORA *

ISLAS CANARIAS

CANTABRIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

COSTA DE CANTABRIA
 LIÉBANA

ASTURIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

CANGAS *

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ALMANSA
 JUMILLA **
 LA MANCHA
 MANCHUELA
 MÉNTRIDA
 MONDÉJAR
 RIBERA DEL JÚCAR
 UCLÉS
 VALDEPEÑAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

VINOS DE LA TIERRA DE CASTILLA
 PAGOS
 CAMPO DE LA GUARDIA
 CASA DEL BLANCO
 CAZADILLA
 DEHESA DEL CARRIZAL
 DOMINIO DE VALDEPUSA
 FINCA ÉLEZ
 GUIJOSO
 PAGO FLORENTINO
 LOS CERRILLOS
 EL VICARIO
 LA JARABA
 VALLEGARCIA

* Inscrita en el Registro de la UE

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ARLANZA

ARRIBES

CIGALES

BIERZO

RIBERA DEL DUERO

RUEDA

TORO

TIERRA DE LEÓN

TIERRA DEL VINO DE ZAMORA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA Y LEÓN

VINOS DE CALIDAD CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA

SIERRA DE SALAMANCA

VALLES DE BENAVENTE

VALTIENDAS

CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ALELLA

CATALUÑA

CAVA **

CONCA DE BARBERÀ

COSTERS DEL SEGRE

EMPORDÀ

MONTSANT

PENEDÈS

PLA DE BAGES

PRIORAT (DOCA)

TARRAGONA

TERRA ALTA

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ALICANTE

CAVA **

UTIEL-REQUENA

VALENCIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PAGOS

EL TERRERAZO

PAGO DE LOS BALAGUESES

PAGO CHOZAS CARRASCAL *

PAGO VERA DE ESTENAS *

VINOS DE LA TIERRA

VINOS DE LA TIERRA DE CASTELLÓ

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

CAVA ** / *

RIBERA DEL GUADIANA *

VINOS DE LA TIERRA

EXTREMADURA

GALICIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

MONTERREI *

RÍAS BAIXAS *

RIBEIRA SACRA *

RIBEIRO *

VALDEORRAS *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

RIBERAS DO HORKAZO

BARBANZA E IRIA

BETANZOS

VAL DO MIÑO-OURENSE

(VALLE DEL MIÑO-OURENSE)

LA RIOJA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

CAVA **

RIOJA (DOCA) **

VALLES DE SADACIA *

MADRID

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS DE MADRID

MURCIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

BULLAS

JUMILLA **

YECLA

VINOS DE LA TIERRA

MURCIA

NAVARRA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CAVA ** / *

NAVARRA *

RIOJA (DOCA) ** / *

PAGO ARÍNZANO *

PAGO OTAZU *

PRADO DE IRACHE *

LARRAINZAR

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

VINO DE LA TIERRA 3 RIBERAS *

PAÍS VASCO

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ARABAKO TXAKOLINA * (TXAKOLI DE ÁLAVA)

BIZKAIKO TXAKOLINA * (TXAKOLI DE VIZCAYA)

GETARIAKO TXAKOLINA * (TXAKOLI DE GETARIA)

RIOJA (DOCA) ** / *

CAVA ** / *

* Denominación compartida con otras CC.AA. / * Inscrita en el Registro de la UE / DOCa: Denominación de Origen Calificada



Abona

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la Denominación de Origen Abona se extiende sobre más de 1.200 hectáreas de viñedos protegidos por el Consejo Regulador en los municipios de Adeje, Arona, Vilaflor, San Miguel,

Granadilla, Arico y Fasnía, 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 10.598 hectáreas de viñedo, repartidas en 49 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 2.298 viticultores y 43 empresas bodegueras certificadas que elaboran y comercializan cerca de 15 millones de litros anuales de vino, de los que se exportan un 30%.

Almansa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: El área de viñedos protegida abarca una superficie de 9.800 hectáreas distribuidas en 8 municipios

al este de la provincia de Albacete, con Almansa, Alpera e Higuera como centros más importantes de producción.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son las tintas Monastrell y Garnacha Tintorera, mientras que entre las blancas destaca la variedad Verdejo. Destaca la producción de vinos tintos recios, secos, suaves, de color rubí, enérgicos y de amplio extracto y, en especial, un tinto elaborado exclusivamente con la variedad Garnacha Tintorera.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos más de 760 viticultores y 12 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 6,7 millones de botellas de vino con Denominación de Origen Almansa, de los que más de un 72,4% se destina a la exportación.

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 43 productores y 7 empresas bodegueras, los cuales producen y comercializan una media anual de 300.000 litros de Arabako Txakolina, destinados en un importante porcentaje al mercado del País Vasco, Cataluña, EEUU y Japón.

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.

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.

Bierzo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción se extiende sobre 2.854 hectáreas de viñedo al oeste de la provincia de León, con el municipio de Cacabelos como principal centro vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: El especial microclima de la zona favorece el desarrollo de una cepa de gran calidad, la tinta Mencía, variedad dominante, que se complementa con la Garnacha Tintorera, y las blancas Palomino, Doña Blanca, Malvasía y Godello. Destacan los tintos de Mencía, de paladar aterciopelado, característica singular de los vinos del Bierzo, tanto en los jóvenes y afrutados como en los de crianza, que resultan amplios, elegantes y de complejo bouquet. Se producen también vinos blancos de color pálido y rosados suaves en grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos más de 2.180 viticultores y 79 empresas bodegueras que comercializan cerca de 6,5 millones de litros de vino al año, casi en su totalidad consumidos en el mercado nacional.

Binissalem

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



reas de viñedo que se reparten entre 5 municipios del centro de la isla de Mallorca, con Binissalem como núcleo poblacional más importante.

CARACTERÍSTICAS: El suave clima de la zona favorece el perfecto desarrollo de uvas de variedades autóctonas, como las tintas Manto Negro y Callet, y la blanca Moll. Los vinos tintos elaborados con la variedad Manto Negro son jugosos, elegantes y con un grado alcohólico moderado. Los rosados y blancos, jóvenes, afrutados y de gran calidad, destacan por su personalidad y su ligerísimo grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 111 viticultores y 13 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de más de 1 millón de litros de vino, de los que un 11% se destinan a la exportación.

ZONA GEOGRÁFICA:

Es la primera Denominación de Origen en Mallorca, con una superficie protegida de unas 600 hectá-

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



como el núcleo más importante de producción y elaboración de vinos.

CARACTERÍSTICAS: La variedad fundamental es la tinta Monastrell, que ocupa el 85% de la superficie total, con pequeñas plantaciones de Tempranillo y algunas cepas blancas como la Airén y Macabeo. Los vinos más característicos son los rosados, bien estructurados y de gran frutuosidad. También se elaboran tintos jóvenes y de crianza y una pequeña pero interesante producción de vinos blancos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 400 viticultores y 13 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 1.900.000 litros de vino amparado por la Denominación, de los que cerca del 35% se destina a la exportación.

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de viñedos protegida por la Denominación de Origen se localiza en 1.850 hectáreas distribuidas en 9 municipios al oeste de la Región de Murcia, con la localidad de Bullas

Calatayud

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de protección de la Denominación de Origen abarca 3.200 hectáreas de viñedos repartidas en 46 municipios en la parte más occidental de la provincia de Zaragoza, en la región natural del Valle del Ebro.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son la tinta Garnacha y la blanca Macabeo. En menor proporción se producen uvas tintas como Mazuela, Bobal, Tempranillo y Monastrell; junto a las blancas Malvasía, Sauvignon Blanc, Moscatel Blanco y Garnacha Blanca. Los vinos blancos son muy pálidos, afrutados y frescos. Los rosados son de perfumada fragancia y un acertado equilibrio cuerpo/acidez. Los tintos jóvenes resultan sabrosos y los de crianza son vinos con cuerpo, estructura y de graduación alcohólica muy moderada.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 2.700 viticultores y 16 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 15 millones de litros de vino, de los que el 85% se destina a los mercados exteriores.

Campo de Borja

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



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 asalmoados, 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.

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

Cariñena

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



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.

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.

Cataluña

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



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 5.193 viticultores y 204 bodegas. En la última campaña se comercializaron más de 46,4 millones de litros de vino con Denominación de Origen, de los que el 52% se exportó.

ZONA GEOGRÁFICA: Ampara una superficie de viñedos de 50.000 hectáreas que se localizan en las principales y tradicionales zonas de

Cava

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



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, Extraguardado, Brut, Extraguardado, Seco, Semiseco y Dulce.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 6.610 viticultores y registradas 254 bodegas que comercializan una media anual de 239,5 millones de litros de cava, de los que 152 millones se exportan a mercados de todo el mundo.

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Cava ampara y protege los vinos espumosos de calidad elaborados por el método tradicional en 31.765 hectáreas

Cigales

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie e extiende sobre 2.000 hectáreas de viñedo repartidas en el sector norte de la depresión del Duero, a ambos márgenes del río Pisuerga, en 12 municipios de la provincia de Valladolid, incluida la capital, y el municipio de Dueñas, en Palencia.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades tintas acogidas son la Tinta del País, Garnacha Tinta, Garnacha Tintorera, Garnacha Gris, Syrah, Merlot y Cabernet Sauvignon. Las blancas son Verdejo, Viura, Albillo, Garnacha Blanca y Sauvignon Blanc. Los rosados son los vinos más representativos, frescos con un agradable aroma frutal o floral. Se elaboran también tintos de gran calidad, representan el 40 % de la producción, con la Tempranillo como principal variedad. Desde 2011 se pueden elaborar blancos, dulces y espumosos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están inscritos 291 viticultores y 31 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de cuatro millones de contraetiquetas, el 20% 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.

CARACTERÍSTICAS: Raimat es la zona de mayor prestigio, con unas 1.000 hectáreas de viñedo de excelente calidad, de los que proceden blancos de gran finura, tintos de elegante complejidad y cavas de gran personalidad. En Artesa predominan las variedades Macabeo, Monastrell y Cabernet-Sauvignon, que dan excelentes vinos blancos, rosados y tintos. En Vall de Riu Corb y Les Garrigues se producen tintos y blancos, fuertes y robustos en boca, de alta graduación alcohólica.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 601 viticultores y 40 empresas bodegueras que comercializan una media anual de 17 millones de litros de vino.

Dominio de Valdepusa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Dominio de Valdepusa está integrada por tres parcelas de 49 hectáreas de viñedo ubicadas en el término municipal de Malpica de Tajo, de la provincia de Toledo, en la región de Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades cultivadas en esta denominación son todas tintas y se destinan a la elaboración de vinos tintos monovarietales o resultantes del ensamblaje, en distintas proporciones, de las variedades autorizadas, que son la Syrah, Cabernet-Sauvignon, Petit Verdot y Merlot. Los vinos son potentes, persistentes y carnosos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador está inscrita una bodega que produce y comercializa una media anual de 225.000 litros de vino tinto con la Denominación de Origen Dominio de Valdepusa.

Empordà

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



la provincia de Girona. La superficie de viñedo inscrita es de 1.786 hectáreas.

CARACTERÍSTICAS: La gama de vinos es muy amplia. Se elaboran vinos blancos, frescos y sabrosos, a partir de las variedades Macabeo, Garnacha Blanca y Chardonnay. Los rosados, elaborados con Samsó o Mazuela y Garnacha, son frescos y moderados en graduación alcohólica. Los tintos representan la mayoría de la producción con las variedades que se van introduciendo, Cabernet-Sauvignon y Merlot, son de elevada calidad, con cuerpo, bien constituidos y aromáticos. Una especialidad diferencial de la zona es la Garnacha del Empordà, vino dulce natural de esta uva, cálida y sedosa.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 335 viticultores y 49 bodegas y cooperativas con una producción anual aproximada de 7,5 millones de litros de vino, de los que cerca de 6,3 millones de litros están amparados por la Denominación de Origen. Se comercializan aproximadamente 3 millones de litros anuales, de los que cerca del 20% se destina a los mercados internacionales.

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

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.

Getariako Txakolina

(Txakolí de Getaria)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La DO protege 440 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 106 viticultores y 34 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de más de 3 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 132 hectáreas localizadas en 21 municipios de la isla.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uva autorizadas blancas destacadas son: Malvasía, Listán Blanco, Moscatel, Albillo, Vijariego, Marmajuelo. En tintas: Listán Negro, Tintilla, Vijariego, Negramoll. Se elaboran vinos blancos frescos y ligeros, con aromas a flores y frutas blancas, a cítricos y a frutas tropicales, con notas anisadas, de buena intensidad aromática; en los tintos predominan los aromas a frutos rojos y negros, siendo vinos bien estructurados.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos más de 287 viticultores y 40 bodegas y cooperativas de producción y elaboración, con una producción de unos 350.000 kg. anuales destinada al mercado insular.



Jerez-Xerès-Sherry

Manzanilla Sanlúcar de Barrameda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Se extiende sobre 7.184 hectáreas en Jerez de la Frontera, Sanlúcar de Barrameda, Puerto de Santa María y otros 5 municipios de la provincia de Cádiz; además de Lebrija, en Sevilla.

CARACTERÍSTICAS: La uva predominante es la blanca Palomino Fino, complementada con la Palomino de Jerez, Pedro Ximénez y Moscatel. Los

tipos de vinos son: Fino, seco, con crianza "en flor". Manzanilla, seco y ligero. Amontillado, suave y ligero. Oloroso, con mucho cuerpo. Palo Cortado, seco, equilibrado y muy persistente. Pale Cream, suave, pálido y dulce. Cream, dulce, con mucho cuerpo. Pedro Ximénez, suave y dulce en boca, vigoroso y pleno.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 1.591 viticultores y 71 bodegas que elaboran una media anual de más de 30,6 millones de litros de vino, de los que se exportan el 60%.

Jumilla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Abarca unas 21.620 hectáreas de viñedo, distribuidas entre los municipios de Jumilla, en Murcia, y Albatana, Fuedeálamo, Hellín, 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 construidos en laderas de fuertes pendientes.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva más importante y la más cultivada es la Forastera Blanca, conocida popularmente como Forastera Gomera, de la cual se obtienen unos vinos blancos secos jóvenes de gran personalidad, caracterizados por su alta acidez en ácido tartárico. También se obtienen excelentes vinos jóvenes de esta variedad, con otras variedades menos predominantes: Marmajuelo, Listán Blanco. Aunque tradicionalmente la producción era sólo de vinos blancos, actualmente se elaboran vinos tintos jóvenes.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de esta Denominación de Origen están registrados 210 viticultores y 13 bodegas. La producción obtenida alcanza una media de 90.000 litros, los cuales se destinan casi en su totalidad al mercado de la isla.

La Mancha

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Es la Denominación con la zona de producción más extensa del mundo: 157.113 hectáreas de viñedo, distribuidas entre 182 municipios de las provincias de Ciudad Real, Toledo, Albacete y Cuenca.

CARACTERÍSTICAS: La uva blanca Airén es predominante, acompañada de las variedades Pardillo, Verdoncho y Macabeo. Entre las tintas predomina la Cencibel, complementada con Moravia, Garnacha, Cabernet-Sauvignon y Merlot.

El vino más característico es el blanco de Airén, de color amarillo pálido. Los vinos tintos y rosados son limpios y poco ácidos. También se elaboran tintos jóvenes a partir de la variedad Cencibel y se comienzan a producir vinos monovarietales excelentes, como los tintos de Cabernet-Sauvignon.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 14.705 viticultores y 249 bodegas que elaboran y comercializan al año más de 126 millones de litros de vino, de los que el 25% se destina a la exportación.

Lanzarote

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida se extiende sobre 1.855 hectáreas de viñedo asentado sobre terrenos volcánicos, localizados por toda la isla de Lanzarote.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva más singular es la Malvasía volcánica, de la que se obtienen finísimos y equilibrados vinos blancos jóvenes, rotundos y complejos, de enorme personalidad, así como vinos de crianza y vinos dulces con uva Moscatel. La Listán Blanco, por su parte, proporciona blancos jóvenes secos y semisecos, y con la Listán Negro y Negramoll se elaboran tintos jóvenes y crianzas y una pequeña proporción de rosados.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen están registrados 1.857 viticultores y 15 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 1,6 millones de litros de vino, los cuales se destinan casi en su totalidad al mercado insular canario.

La Palma

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Acoge unas 885 hectáreas de viñedo, asentado sobre terrenos volcánicos de la isla de La Palma en tres zonas de producción: Hoyo de Mazo, Fuen-caliente y norte de La Palma.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades más representativas son Negramoll, Almuñeco, Albillo, Malvasía, Verdello, Sabro, Bujariego y Listán.

Los vinos blancos son aromáticos, frescos y ligeros. Los tintos son de color rojo picota intenso con tonos violáceos, densos, carnosos y con prolongado posgusto. Los rosados son alegres, de tonos rosas salmón, frescos, con tenue gusto almendrado. Los vinos de tea son suaves de capa, con aromas frutales y herbáceos, integrados en un fondo resinoso, agradables en boca. Los dulces, de color amarillo oro joven, son limpios y brillantes, de dulzor equilibrado y acidez fresca.

DATOS BÁSICOS: Cerca de 1.300 viticultores y 18 bodegas elaboran y comercializan una media anual de 500.000 litros de vino, que se venden en su totalidad en el mercado canario.

Málaga · Sierras de Málaga

DENOMINACIONES DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Abarca una superficie de 1.000 hectáreas de viñedo en 64 municipios de Málaga y 2 de Córdoba.

CARACTERÍSTICAS: Para la Denominación Málaga las variedades predominantes son las blancas Pero Ximen,

Moscatel de Alejandría, Moscatel Morisco, Doradilla, Lairen. Para la Denominación Sierras de Málaga, las variedades predominantes son Pero Ximen, Moscatel de Alejandría, Moscatel Morisco, Chardonnay, Macabeo, Sauvignon Blanc, Lairen y Doradilla. En variedades tintas destacan la Romé, Cabernet-Sauvignon, Merlot, Syrah, Tempranillo, Garnacha, Cabernet Franc y Pinot Noir. Se elaboran vinos blancos, rosados y tintos con graduaciones entre 10 y 15°.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 440 viticultores y 45 bodegas que elaboran una media anual de casi 2,2 millones de litros de vino, de los que el 40% se destina a la exportación.

Manchuela

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción protegida por la DO se extiende sobre 9.000 hectáreas de viñedo localizadas en 70 términos municipales de la comarca de La Manchuela, situada al sudeste de Cuenca y al nordeste de Albacete.

CARACTERÍSTICAS: La variedad autóctona emblema de la Denominación de Origen Manchuela es la uva Bobal. Una variedad que da vida a excelentes crianzas y reservas de viñas centenarias y a unos inigualables rosados especialmente afrutados y frescos, cuya calidad avalan año tras año numerosos premios en concursos nacionales e internacionales. También se producen, en menor proporción, las variedades Tempranillo y Macabeo.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador hay 1.000 viticultores inscritos, 37 empresas que elaboran y comercializan una media anual de 2.000.000 litros de vino con Denominación de Origen, de los que el 80 por ciento se destina a la exportación.

Méntrida

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la Denominación de

Origen Méntrida abarca cerca de 8.100 hectáreas de viñedo, distribuidas entre 50 municipios al norte de la provincia de Toledo. Los principales centros vitivinícolas son Maqueda, Méntrida, Escalona y Torrijos.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uvas predominantes son Garnacha Tinta (90%) y Cencibel, aunque se están plantando variedades nuevas como la Cabernet-Sauvignon, Merlot y Syrah. Los vinos tintos son de elevada graduación alcohólica, espesos, de aroma suave y muy sabrosos. Los rosados resultan ligeros, aromáticos y de agradable color, excelentes al paladar, a pesar de su alta graduación alcohólica.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 1.376 viticultores y 26 empresas bodegueras que comercializan una media anual de 1,2 millones de litros de vino, de los que más del 90% se vende en el mercado nacional.

Mondéjar

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Mondéjar se localiza en una superficie de 2.100 hectáreas de viñedo, repartidas en 20 municipios de la provincia de Guadalajara, con Mondéjar y Sacedón como principales centros de producción.

CARACTERÍSTICAS: La tinta Cencibel es la variedad predominante, complementada con la Cabernet-Sauvignon. En blancas destaca la presencia de Malvar y Torrontés y en menor proporción la Macabeo. Los vinos blancos, rosados y tintos se consumen jóvenes y resultan aromáticos y finos, con ligera graduación alcohólica. También se elaboran tintos de crianza a partir de la variedad Cabernet-Sauvignon, Tempranillo y Syrah.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos 400 viticultores y 2 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 500.000 litros de vino, que se destinan en su totalidad al mercado interior.

Monterrei

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción protegida se localiza en 691 hectáreas de viñedo, repartidas en los municipios de Castrelo do Val, Monterrei, Oimbra, Verín y Vilardevós en la parte

sureste de la provincia de Ourense, estableciéndose dos subzonas claramente diferenciadas: valle de Monterrei y ladera de Monterrei.

CARACTERÍSTICAS: Las uvas predominantes son Dona Branca, Godello y Treixadura, entre las blancas, y Mencía y Merenzao, entre las tintas. Los vinos blancos destacan por sus tonos amarillos dorados o pajizos, de intensidad aromática potente, con paso de boca ligeramente ácido y muy equilibrado. Los tintos, de color púrpura o rojo cereza, con tonos violáceos, de aromas frutales del bosque, resultan plenos y armoniosos en boca.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen están inscritos 363 viticultores y 28 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de casi 4,6 millones de litros de vino, consumidos en su totalidad en el mercado interior.

Montilla-Moriles

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca 5.500 hectáreas de viñedo al sur de Córdoba, aunque la zona de crianza está restringida a 17 municipios.

CARACTERÍSTICAS: La variedad predominante es la blanca Pedro Ximénez, aunque también se cultivan otras cepas complementarias como la Layren, Baladí-Verdejo y Moscatel. Los vinos jóvenes son afrutados, secos o ligeramente abocados, agradables y suaves. El Fino es de aroma punzante, seco y levemente amargo al paladar. El Amontillado es de aroma avellanado y resulta agradablemente complejo, sutil, suave. El Oloroso es un vino de mucho cuerpo, lleno y aterciopelado, 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 Denominación de Origen ampara 10.000 hectáreas de viñedo distribuidas en Navarra en 5 zonas diferenciadas por características climáticas, de suelos y paisajísticas: Tierra Estella, Valdizarbe, Baja Montaña, Ribera Alta y Ribera Baja.

CARACTERÍSTICAS: Navarra es una D.O. histórica en la que se elaboran seductores vinos blancos con o sin crianza con las variedades de uva: Chardonnay, Garnacha Blanca, Moscatel De Grano Menudo, Viura, Malvasía y Sauvignon Blanc. Los afamados rosados de vivo color, son producidos únicamente con tintas, en su mayoría, Garnacha y sin utilizar ningún tipo de presión, sólo a partir del primer mosto de la uva. Los nobles y honestos tintos D.O. Navarra, tanto varietales como en ensamblaje, son la expresión de la Garnacha, el Tempranillo, Graciano, Mazuelo, Merlot, Cabernet Sauvignon, Syrah y Pinot Noir.

DATOS BÁSICOS: Más de 1750 viticultores y 85 bodegas elaboran en un centenar de municipios y comercializan una media de 40 millones de litros de vino anualmente en el mercado nacional y en más de 70 países.

Penedès

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca una superficie de 24.247 hectáreas de viñedo localizadas en las provincias de Barcelona y Tarragona, con Vilafranca del Penedès como el principal núcleo vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades blancas predominantes son las blancas Xarel.lo, Macabeo, Parellada y Chardonnay; y las tintas Tempranillo, Cabernet-Sauvignon, Merlot y Cariñena. Los vinos blancos resultan frescos, afrutados, muy aromáticos y de moderada graduación alcohólica. Los tintos son ligeros, aterciopelados y de carácter apreciable. También se elaboran excelentes vinos de aguja. Una parte importante de la producción se destina a la elaboración de vinos espumosos.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 4.088 viticultores y 152 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 32,7 millones de litros de vino, de los que el 35% se destina a la exportación.

Pla de Bages

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Abarca 550 hectáreas, localizadas en la comarca del Bages, en la provincia de Barcelona, con Artés y Manresa como principales núcleos de producción vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: La situación geográfica de esta comarca y su especial climatología favorecen el desarrollo de variedades nobles de uva entre las que destacan la autóctona Picapoll y en menor proporción la Macabeo y Chardonnay entre las blancas; y la Cabernet-Sauvignon, Merlot y Pinot Noir, entre las tintas. Los vinos de mayor producción son los tintos, que resultan de gran personalidad, suaves, de excelente calidad y moderado grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: En el CRDO están registrados 100 viticultores y 14 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de más de 1,2 millones de litros de vino con Denominación de Origen Pla de Bages; el 85% de esta producción se consume en el mercado nacional.

Pla i Llevant

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la DO Pla i Llevant abarca una extensión de 395 hectáreas de viñedo, repartidas entre 18 términos municipales de la isla de Mallorca, en Baleares.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uva más abundantes son la Callet, Tempranillo, Cabernet-Sauvignon, Manto Negro, Macabeu y Pinot Noir; en menor proporción se producen también las variedades Prensal Blanca, Chardonnay, Merlot, Moscatel, Perelada, Fogoneu, Monastrell y Riesling. El mayor volumen de producción corresponde a los vinos tintos, de gran jugosidad y elegancia, con un grado alcohólico moderado. Los vinos blancos resultan jóvenes y afrutados, con fuerte personalidad y leve grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 107 viticultores y 12 bodegas en el Consejo Regulador que producen y comercializan una media anual de más de 1,1 millones de litros de vinos tintos y blancos con Denominación de Origen.

Priorat

DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la DO es de más de 1.900 hectáreas, localizadas al oeste de la provincia de Tarragona, con los municipios de Porrera y Gratallops como centros principales de elaboración de vinos.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son la Tinta Cariñena (Mazuela) y la Garnacha Tinta. Las cepas blancas tienen una presencia muy reducida, cultivándose la Garnacha Blanca, Macabeo y Pedro Ximénez. Los vinos tintos tradicionales del Priorat son de color granate, robustos y de elevada graduación alcohólica. También se elaboran vinos rancios, envejecidos en roble y de potente graduación. La producción de vinos blancos y rosados es muy pequeña, aunque está creciendo en los últimos años.

DATOS BÁSICOS: Están registrados más de 606 viticultores y 96 empresas bodegueras que elaboran y comercializan más de 2 millones de botellas al año, de las que el 45% se destina a los mercados exteriores.

Rías Baixas

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por la DO se extiende sobre 4.321 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, Espadeiro, Loureiro tinto, Sousón, Mencía, Brancellao, Pedral y Castaña.

Los vinos monovarietales de Albariño tienen un color amarillo pajizo, brillante. En nariz poseen aromas florales y frutales de intensidad media y potente duración. Su retrogusto elegante y completo. Los vinos del Rosal y Condado están personalizados por llevar en su composición las variedades loureira y treixadura.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos casi 5.011 viticultores y 179 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de casi 28 millones de litros de vino, de los que alrededor de un 30% se exporta.

Ribeira Sacra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Abarca 1.229 hectáreas de viñedo en 17 municipios que se distribuyen a su vez en 5 subzonas de producción: Amandi, Chantada, Quiroga-Bibei y Ribeiras do Miño, en la provincia de Lugo, y Ribeiras do Sil, en la provincia de Ourense.

CARACTERÍSTICAS: Las principales variedades de uvas blancas son Albariño, Loureira, Treixadura, Godello, Dona Branca y Torrontés; en el caso de las tintas las variedades predominantes son Mencía, Brancellao y Merenzao, complementadas con la Negreda y la Garnacha Tintorera. Los vinos tintos de Mencía son de color cereza, brillantes, afrutados, suaves en boca, sabrosos y elegantes. Los vinos blancos de Godello son frescos, plenos en boca y de aromas intensos.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 2.397 viticultores y 96 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de más de 360.000 litros de vino, que se consumen en su totalidad en el mercado interior.

Ribeiras do Morrazo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción la IGP Ribeiras do Morrazo ampara los municipios de Marín, Bueu, Vilaboa, Moaña, Cangas, Pontevedra, Poio y Redondela.

CARACTERÍSTICAS: Son vinos blancos y tintos con aromas francos en los que se aprecian las características propias de la materia prima de la que proceden, con graduaciones alcohólicas moderadas, aromas florales y de frutas y con una buena y equilibrada acidez.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Ribeiro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de la Denominación de Origen abarca una extensión de 2.804

hectáreas de viñedos localizadas en las riberas y valles de los ríos Avia, Miño y Arnoia, en la parte occidental de la provincia de Ourense.

CARACTERÍSTICAS: La uva predominante entre las tintas es la Caiño, complementada con Garnacha, Ferrón, Sousón, Mencía, Tempranillo y Brancellao. En uvas blancas, la principal es la Treixadura, y en menor proporción Jerez, Torrontés, Godello, Macabeo, Loureira, Albilla y Albariño. Los vinos blancos, de color pajizo, resultan elegantes, frescos, ligeros, muy aromáticos y de alegre acidez. Los tintos, de color rojo morado muy vivo, son vinos de mucha capa y elevada acidez fija.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 6.053 viticultores y 109 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 14 millones de litros de vino, que en un 95% se consume en el mercado nacional.

Ribera de Duero

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción se extiende sobre 26.136 hectáreas de viñedo, divididas en 63.651 parcelas distribuidas entre 110 municipios de las provincias de Soria, Segovia, Burgos y Valladolid.

TECNICAS DE PRODUCCIÓN Y ELABORACIÓN: Producimos de media (en los últimos 10 años) 4.540 kilos por hectárea, muy por debajo de los 7.000 kilos que admit

te nuestra normativa para todas las variedades de uva excepto para Albillo Mayor, que es de 9.500 Kilogramos por hectárea. El 72,2% de la vendimia en volumen se realiza a mano. Tanto bodegas como viticultores priman la calidad de la uva sobre la cantidad. La recogida a mano y en cajas encarece y ralentiza el proceso de recogida, pero permite una mayor selección de los racimos y asegura que estos entren en bodega en un estado óptimo, sin golpes ni roturas, y que la uva sufra lo menos posible. Más del 8,2% de los viñedos tienen más de 80 años, habiendo sido plantados antes de 1940, siendo algunos de ellos centenarios y de principios del pasado siglo.

CARACTERÍSTICAS: La cepa predominante en la zona amparada por la Denominación es la Tinta del País o también conocida como Tinto Fino o Tempranillo, que representa el 96% de nuestro viñedo; en menor proporción se cultivan variedades como Cabernet-Sauvignon, Merlot, Malbec, Garnacha Tinta y Albillo Mayor, como la única variedad blanca admitida. Nuestros vinos se agrupan en tintos, desde los jóvenes con elevada carga frutal y buen paso de boca, a los elegantes vinos de guarda (Crianzas, Reservas y Grandes Reservas), que destacan por su complejidad aromática, su potencia y equilibrio en boca. En vinos blancos y rosados: afrutados y refrescantes, ambos envejecidos en bodega para aumentar su complejidad aromática y volumen en boca, resultando idóneos para larga conservación en botella.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 7.536 viticultores y 311 bodegas que, en 2022, elaboraron y comercializaron 75,5 millones de litros de vino, de los que el 19,5% se destinó 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 hectá

reas 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 6.700 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, Bobal, Cencibel o Tempranillo, Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah, Petit Verdot, Cabernet Franc, Garnacha tinta, Garnacha Tintorera y Monastrell, y en variedades blancas Moscatel de grano menudo, Sauvignon Blanc, Airen, Macabeo y Verdejo, Pardillo o Marisnacho y Chardonnay.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran 8 cooperativas y empresas bodegueras que comercializan unos 700.000 litros de vino, destinados en un 75% al mercado exterior.

Rioja

DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada se extiende sobre 65.841 hectáreas de viñedo repartidas entre las comunidades autónomas de La Rioja, País Vasco y Navarra. Está dividida

en 3 subzonas vitivinícolas: Rioja Alta, Rioja Oriental y Rioja Alavesa.

CARACTERÍSTICAS: Sobre la base de la cepa Tempranillo, con aportaciones de Garnacha, Mazuelo y Graciano, se obtienen grandes vinos tintos de crianza, reserva y gran reserva. También se elaboran blancos jóvenes y de crianza y excelentes rosados (claretes), completando una de las ofertas de vinos de mayor calidad del mundo.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos más de 14.800 viticultores y más de 600 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 336 millones de litros de vino según campañas, de los que un tercio se destina a la exportación.

Rueda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie registrada en la DO Rueda es de 20.711 hectáreas, siendo 17.835 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: Las variedades de una blanca permitidas son la Verdejo (variedad autóctona. La principal en la zona), Sauvignon Blanc (la segunda principal, después de la verdejo) y las permitidas Viura, Palomino Fino, Chardonnay y Viognier. Los vinos de la D.O. Rueda tienen un denominador común: el Carácter Rueda, marcado por la variedad verdejo (de la cual destaca su versatilidad y su justa acidez), el clima continental y el suelo cascajoso. Sus elaboraciones van desde los vinos jóvenes, afrutados, alegres y frescos, hasta las elaboraciones más complejas que incluyen fermentación sobre lías, en barricas, en fudres, en depósitos ovoides de hormigón, así como sus vinos dorados y pálidos... La última categoría, reflejada al igual que las otras, en la contraetiqueta de las botellas, es el Gran Vino de Rueda. Enfocados a la alta gastronomía, estos vinos aportan un valor añadido al consumidor, defendiendo el origen y apostando por los rigurosos controles de calidad de la DO.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 78 bodegas y 1.587 viticultores, que comercializan una media de 110 millones de botellas, de las que el 14% se destina a los mercados internacionales.

Somontano

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por la Denominación de Origen Somontano

es de unas 3.936 hectáreas, distribuidas entre 43 municipios del centro de la provincia de Huesca, con Barbastro como principal centro vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades autorizadas son las tintas Moristel, Tempranillo, Garnacha, Parraleta, Cabernet-Sauvignon, Merlot y Pinot-Noir; y las blancas Macabeo, Garnacha Blanca, Alcañón, Chardonnay y Gewürztraminer. Los vinos tintos característicos son afrutados, de ligera acidez y con poca graduación. Los blancos resultan frescos y muy aromáticos. Los rosados son brillantes de color, delicados en aromas y de suave sabor.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos más de 370 viticultores y 32 bodegas, que elaboran y comercializan una media anual de 11 millones de litros de vino; el 20% de este volumen de producción se destina a los mercados exteriores.

Tacoronte-Acentejo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de la Denominación ampara una superficie de más de 760 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 1.108 viticultores y 35 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de más de 850.000 litros de vino, los cuales se consumen en su práctica totalidad en el mercado insular canario.

Tarragona

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Ampara una superficie de 4.500 hectáreas de viñedo distribuidas en 78 municipios de las comarcas de Tarragonés, Alt Camp, Baix Camp y Ribera d'Ebre en la provincia de Tarragona.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades blancas preferentes son la Macabeo, Parellada y Xarel.lo, y las variedades tintas son la Ull de Llebre, Carinyena, Garnatxa Negra y Cabernet-Sauvignon. Los vinos blancos de Alt Camp de Tarragona son muy suaves, equilibrados, aromáticos y afrutados. En la zona de la Ribera d'Ebre los blancos son de color brillante. Los vinos tintos de la zona del Camp de Tarragona son firmes y aromáticos y los rosados frescos y de color cereza. Los tintos de la Ribera d'Ebre armonizan el cuerpo y el color de la carinyena y la riqueza de la garnatxa. Los vinos de licor Tarragona Classics son Mistela de Tarragona, Moscatell de Tarragona, Garnatxa de Tarragona y Vi Ranci de Tarragona. Los Tarragona Classics tienen fama y prestigio, son vinos licorosos y generosos.

DATOS BÁSICOS: 1.305 viticultores y 31 bodegas producen una media anual de 36 millones de litros de vino.

Terra Alta

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por la Denominación de Origen tiene una extensión de 5.993 hectáreas de viñedo localizadas al oeste de la provincia de Tarragona, con Gandesa como principal centro de producción vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: Las cepas predominantes son las blancas Macabeo y Garnacha Blanca, y las tintas Cariñena, Garnacha Tinta y Tempranillo. Los vinos blancos son recios, amplios, de gran cuerpo y alta graduación alcohólica. Los tintos resultan de mucha capa y con potente grado alcohólico. También se elaboran vinos dulces (rancios) y blancos generosos, asimismo de fuerte graduación alcohólica.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Terra Alta figuran registrados 1.663 viticultores y 45 empresas bodegueras que producen una media anual de 30 millones de litros de vino con Denominación de Origen.

Tierra de León

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie amparada por la Denominación de Origen cubre cerca de 1.357 hectáreas de viñedo, repartidas entre 69 municipios de la provincia de León y 19 de

la provincia de Valladolid, pertenecientes a las riberas de los ríos Esla y Cea.

CARACTERÍSTICAS: Los vinos de la Denominación utilizan como variedades principales de uva tinta la Prieto Picudo, Mencía, Tempranillo y Garnacha, mientras que de uva blanca se emplean las variedades Verdejo, Albarín blanco, Godello, Malvasía y Palomino.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos cerca de 375 viticultores y 39 empresas bodegueras que producen y comercializan una media anual de 2 millones de botellas de vino amparadas por la Denominación de Origen.

Tierra del Vino de Zamora

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie amparada por la Denominación de Origen cubre 643 hectáreas de viñedo, repartidas entre 46 municipios de la provincia de Zamora y 10 de Salamanca.

CARACTERÍSTICAS: Los vinos de la Denominación utilizan como variedades principales la Tempranillo en tinta y Malvasía, Moscatel, de grano menudo, y Verdejo en blanca, mientras que como uvas complementarias usan Garnacha y Cabernet-Sauvignon para los tintos, y Albillo, Palomino y Godello para los blancos. El Consejo Regulador certifica vinos blancos, claretes, rosados, tintos, reservas y grandes reservas, elaborados con uvas procedentes de viñedos con una edad media de 61 años.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 209 viticultores y 11 empresas bodegueras que producen y comercializan una media anual de 236.612 litros de vino, de los que el 43% se destina al mercado internacional.

Toro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción de la Denominación de Origen es de 5.585 hectáreas de viñedo localizadas al sudeste de la provincia de Zamora, incluyendo algunos municipios de la provincia de Valladolid.

CARACTERÍSTICAS: La cepa predominante es la Tinta de Toro, aunque se cultiva también Garnacha Tinta, y la variedades de uvas blancas Verdejo y Malvasía. Los vinos más característicos son los tintos, de fuerte color rojo, recios, plenos de aromas, con cuerpo y grado. Los blancos, de producción escasa, son de intensos y finos aromas. Los rosados, de color muy vivo y gran intensidad aromática, resultan frescos, ligeros y suaves.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos 1.080 viticultores y 51 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 7,7 millones de litros de vino con Denominación de Origen Toro, de los que un 25% se destina a los mercados internacionales.

Utiel-Requena

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la Denominación es de 35.438 hectáreas de viñedo, distribuidas entre 9 municipios de la provincia de Valencia.

CARACTERÍSTICAS: La cepa predominante es la tinta Bobal, complementada con Tempranillo, Garnacha Tinta, Cabernet-Sauvignon y Merlot. En blancas, la principal es la Macabeo y se cultivan también Merseguera, Tardana y Chardonnay. Los vinos rosados son de color cereza o fresa, aromas vivos, frutales o florales, de gran plenitud. Los blancos son de color verde pajizo o dorados, aromas vivos, 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



viñedo, repartidas en cuatro subzonas de producción de la provincia de Valencia: Alto Turia, Valentino, Clariano y Moscatel de Valencia.

CARACTERÍSTICAS: Las cepas predominantes son las tintas Monastrell y Garnacha, y las blancas Merseguera, Malvasía, Pedro Ximénez y Moscatel. Los vinos blancos son brillantes, frescos, afrutados, aromáticos y de moderada graduación alcohólica. Los tintos son de color rubí, francos de nariz, aroma extenso y sabrosos en boca. También se elaboran vinos de licor, de aroma particular, y vinos rancios de color rojizo oscuro, de potente grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 12.000 viticultores y 83 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 59 millones de litros de vino de la Denominación, de los que más del 70% se dirige a los mercados exteriores.

ZONA GEOGRÁFICA:

La superficie protegida por la Denominación de Origen rebasa las 13.000 hectáreas de

Valle de Güimar

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Asentada sobre suelos de origen volcánico, la zona de producción comprende una superficie de más de 639 hectáreas de viñedo, repartidas entre los municipios de Arafo, Candelaria y Güimar, al sureste de la isla canaria de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: La variedad predominante es la blanca Listán, complementada con Gual, Vijariego, Verdillo y Moscatel. En tintas se cultivan Listán Negro y Negramoll. Los vinos más característicos son los blancos (semiseco y blanco-madera), de color dorado, afrutados, ligeros y de moderada graduación alcohólica. Los tintos y rosados son jóvenes, ligeros, aromáticos y levemente alcohólicos.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Valle de Güimar tiene registrados 543 viticultores y 18 bodegas, las cuales elaboran y comercializan una media de algo más de 403.000 botellas contraetiquetadas, vendidas el 95% en el mercado local y el 5% restante en el resto de las islas y en la península.

Valle de La Orotava

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



reales 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: 422 viticultores y 19 bodegas elaboran una media anual de 550.000 litros de vino, que se venden en gran parte en Canarias, pero cada vez se exportan a más lugares por la demanda de los consumidores de vinos diferentes.

ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción protegida por la Denominación de Origen abarca una superficie de más de 201 hectáreas de

Valtiendas

VINOS DE CALIDAD CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA



Vino de Calidad de
Valtiendas

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca 8 términos municipales del norte de la provincia de Segovia, destacando Fuentidueña, Torreadrada, Aldeasoña, 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 8.386 hectáreas de viñedo repartidas en tres subzonas de producción al sur de la Comunidad de Madrid: Arganda, Navacarnero 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 2.941 viticultores y 50 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 4,5 millones de litros de vino, vendidos casi en su totalidad en el mercado interior, a excepción de un 20% que se exporta.

Vino Naranja del Condado de Huelva

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y crianza de este vino comprende 10 términos municipales de la provincia de Huelva.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora a partir de vino blanco amparado por la DO Condado de Huelva, que sigue presente al menos en un 75% del volumen. Estos vinos se someten a edulcoración con mosto de uva y a una aromatización mediante cortezas de naranja. Tras la maceración, se separan las cortezas del vino y la bebida se somete a clarificación. Finalmente, se procede al envejecimiento mediante criaderas y soleras, en botas de roble durante dos años. Las características organolépticas de estos vinos ofrecen un aroma intenso con recuerdo a frutas, especialmente a cítricos, son de color caoba oscuro, su sabor es dulce y suave.

DATOS BÁSICOS: Sólo pueden utilizar la denominación Vino Naranja del Condado de Huelva los aromatizados que se ajustan al pliego de condiciones de la DO y cuyas empresas elaboradoras estén inscritas en el CR de las DO Condado de Huelva y Vinagre del Condado de Huelva.

Ycoden-Daute-Isora

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito protegido por la Denominación se localiza en una superficie de 307 hectáreas de viñedo repartidas en nueve municipios al noroeste de la isla canaria de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: Las cepas predominantes son Listán Blanco y Listán Negro y en menor proporción se cultivan las variedades Malvasía y Moscatel. La producción más tradicional es la de vinos blancos y rosados, aunque se está incrementando la elaboración de tintos jóvenes de excelente calidad. También se producen vinos dulces, obtenidos a partir de las variedades Moscatel y Malvasía.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos más de 741 viticultores y 20 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 450.000 litros de vinos Ycoden-Daute-Isora, los cuales se consumen en su práctica totalidad en el mercado insular canario.

Yecla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la Denominación abarca un área de 4.696 hectáreas de viñedo, localizadas exclusivamente en el término municipal de Yecla, en la Región de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva más abundante en la zona es la tinta Monastrell, complementada por Syrah y Garnacha. En uvas blancas predominan las variedades Macabeo y Airén. El mayor volumen de producción corresponde a vinos tintos, de color granate rubí, que resultan suaves y cálidos al paladar y de escasa acidez. Los blancos y rosados son jóvenes y afrutados, aromáticos y frescos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 401 viticultores y 9 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 7,4 millones de litros de vino con Denominación de Origen Yecla; el 90% de esta producción se canaliza hacia los mercados exteriores.

BEBIDAS ESPIRITUOSAS



El sector de las bebidas espirituosas confirmó en 2022 la recuperación iniciada un año antes gracias a la buena marcha de las exportaciones y al aumento del consumo interno.

Las bebidas espirituosas son las obtenidas por destilación de productos de origen agrícola, con al menos un 15% de volumen alcohólico. Por origen agrícola se entiende que la bebida ha sido obtenida por la destilación, previa fermentación, de uno o varios productos agrícolas como la uva, los cereales, la remolacha, la patata, la caña de azúcar, etc.

A este respecto, dentro de las bebidas espirituosas se distinguen nueve grandes grupos de productos: pacharán, whisky, vodka, ron, ginebra, licores, aguardientes y anís.

Según los datos de la Federación Española de Espirituosos (Espirituosos España), que agrupa a la totalidad del sector productor y distribuidor de estas bebidas, el consumo de estas bebidas durante 2022 alcanzó los 197

millones de litros, un 19,4% más que en 2021 y un volumen muy cercano ya al consumido en el año 2019, antes de la pandemia que frenó la evolución de este sector.

En este sentido, la pandemia supuso un cambio importante en los canales de ventas. El canal de hostelería tenía en 2019 el 62% de la cuota de mercado, pero a comienzos de 2022 ese porcentaje había bajado hasta el 44%.

El consumo de bebidas espirituosas está muy ligado a la hostelería y a la restauración. Según la Federación, el 30,5% de los ingresos de los locales de ocio dependen de estas bebidas.

Las ventas de estas bebidas en el canal de hostelería registraron en 2022 un crecimiento del 11,7% respecto al ejercicio anterior, mientras que las ventas en el canal de alimentación descendieron un 13%.

El sector aportó durante 2022 a la economía española 7.585 millones de euros y contribuyen económicamen-

te con 1.964 millones de euros y su impacto económico es igual al 0,17% del PIB.

El sector utiliza unas 200.000 toneladas de materias primas de origen agrícola en la elaboración de las bebidas, de las cuales 97.000 toneladas son uvas; 10.000 toneladas cebada; 30.000 toneladas maíz; 62.000 toneladas hierbas aromáticas y 1.000 toneladas endrinas con las que se elabora el pacharán.

De todas las bebidas espirituosas, el whisky fue en 2022, un año más, el que lideró el ranking de comercialización con el 24,5% del total. Le siguieron los licores (cremas de licor, hierbas, pacharán, orujo, aguardiente, etc.), con una cuota de mercado de 21,6%; la ginebra (19,5% de cuota), el ron (14,6%), el brandy (8,7%), los anisados (5,6%), el vodka (4,2%), los ponches (0,8%) y el tequila (0,6%).

En todas las categorías se produjeron incrementos con respecto al año anterior, pero fue precisamente en la de tequila donde ese aumento fue mayor.

Dentro del grupo del whisky, las presentaciones “blended” fueron las más demandadas, con alrededor del 90% del total. El 10% restante se repartió en porcentajes similares entre el bourbon, whisky de malta y el whisky reserva. Asimismo, en el caso del ron, las variedades oscuras acapararon el grueso de las ventas frente a las blancas.

BEBIDAS ESPIRITUOSAS CON MARCA DE CALIDAD

Las bebidas espirituosas constituyen un mercado importante para el sector agrícola de la Unión y su producción está sólidamente vinculada a dicho sector.

PRINCIPALES EMPRESAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS Y LICORES (FABRICANTES Y COMERCIALIZADORES)

EMPRESA	Mill. Euros
Pernod Ricard España, S.A. *	265
Zamora Company Grupo	265
Diageo España, S.A.*	246,96
Grupo Osborne S.L	241
González Byass, S.A *	240
Impor. Y Export. Varma, S.L	185
Beam Suntory Spain, S.L. (Maxxium España).	175
Grupo Emperador (*)	150,13
Bodegas Williams & Humbert, S.A	120
Bardinet, S.A	89,21

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

En función de esta realidad, la Unión Europea (UE) reconoce y protege producciones con una marca de calidad diferenciada, que las liga a su origen geográfico y a una determinada calidad y reputación.

Esas indicaciones geográficas están inscritas en los registros comunitarios. Una Indicación Geográfica Protegida (IGP) reconoce a una bebida espirituosa, originaria de un país, región o localidad, determinada calidad, reputación y otras características imputables fundamentalmente a su origen geográfico.

En total, la UE cuenta con 250 bebidas espirituosas con indicación geográfica, de las cuales 19 son españolas y tienen una gran importancia a nivel social y económico. Galicia, Comunidad Valenciana e Islas Baleares cuentan con 4 indicaciones geográficas de bebidas espirituosas cada una.

Esas marcas de calidad amparan a un total de 240 empresas del sector, que producen más de 18 millones de litros (9% de la producción total) y facturan al año por encima de los 135 millones de euros.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

España es por su producción el sexto país de la UE en este mercado. Las industrias de bebidas espirituosas tienen presencia en todo el territorio nacional.

La producción se realiza en 3.800 centros, de los cuales 3.500 son destilerías artesanales. De hecho, el 80% de estas empresas son pequeñas y medianas.

La asociación que representa a las empresas del sector a nivel nacional es la Federación Española de Espirituosos, que forma parte de Spirits Europe (Confederación Europea de Fabricantes de Bebidas Espirituosas).

El sector español es líder en Europa y la comunidad autónoma que cuenta con un mayor número de empresas de este tipo es Galicia (3.565), seguida muy de lejos de Andalucía (69) Cataluña (38), Castilla y León (37), Canarias (26), Comunidad Valenciana (25) y Castilla-La Mancha (24).

El principal grupo fabricante y comercializador de bebidas espirituosas y licores en España registró unas ventas netas de 265 millones de euros en 2022, cifra inferior a la del año anterior.

Por su lado, el segundo grupo empresarial llegó hasta cerca de 246 millones de euros y el tercero rondó los 175 millones de euros, también por debajo de un año antes en ambos casos.

Los dos grupos siguientes en el ranking de empresas también facturaron por encima de los cien millones y el resto fueron compañías con ventas por debajo de los 95 millones de euros.

En este sector, las marcas de distribuidor (MDD) no han conseguido una fuerte penetración y representan un porcentaje inferior al 5%. Además, su importancia parece tender a disminuir con el paso del tiempo. La primera empresa del sector acapara cerca del 16% del mercado y la segunda, el 12%.

COMERCIO EXTERIOR

En términos generales, se estima que cerca del 20% de la producción nacional se destina a la exportación y que las empresas españolas exportan por encima de la media europea del sector.

Según los datos de Espirituosos España, las exportaciones de bebidas espirituosas crecieron un 24% en 2022 y alcanzaron un valor de 1.067 millones de euros. En 2022, el 40% de la producción nacional se destinó a la exportación.

Los principales destinos de esas ventas de bebidas espirituosas en el año 2022 fueron Filipinas, Alemania, México y Francia.

Las importaciones son también muy importantes, ya que una parte significativa de las bebidas espirituosas consumidas en España tiene un origen foráneo. En 2022 se importaron 223,7 millones de litros, un vo-

lumen muy superior al del año anterior. De todas las bebidas espirituosas, la más importada fue el whisky (casi 68 millones de litros), seguida de el ron (46,4 millones de litros).



CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 110,8 millones de litros de bebidas espirituosas y bebidas derivadas del vino y gastaron 554,1

millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 2,4 litros de consumo y 12,0 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL BEBIDAS ESPIRITUOSAS	110,8	2,4	554,1	12,0
BRANDY	3,8	0,1	37,2	0,8
WHISKY	7,8	0,2	103,5	2,2
GINEBRA	5,9	0,1	83,3	1,8
RON	3,7	0,1	50,5	1,1
ANIS	2,70	0,10	22,70	0,50
OTRAS BEBIDAS CON VINO	74,3	1,6	141,9	3,1
OTRAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS	12,5	0,3	115,1	2,5

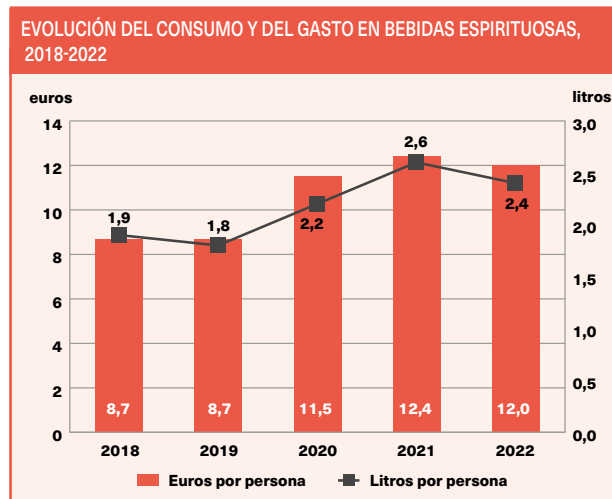
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de bebidas espirituosas durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

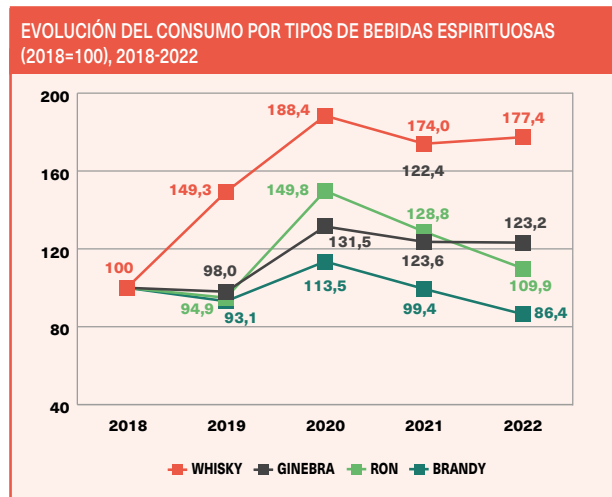
- Los hogares de clase media cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de bebidas espirituosas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de bebidas espirituosas es superior.
- En los hogares donde compra una persona de más de 65 años, el consumo de bebidas espirituosas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de bebidas espirituosas, mientras que los índices son más reducidos en los hogares formados por cinco o más miembros.
- Los consumidores que residen en municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de bebidas espirituosas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos de población (mayores de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de parejas adultas sin hijos, adultos independientes, retirados, parejas jóvenes sin hijos, parejas con hijos mayores y en el caso de los jóvenes independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Asturias y Cantabria cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Murcia y Extremadura.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

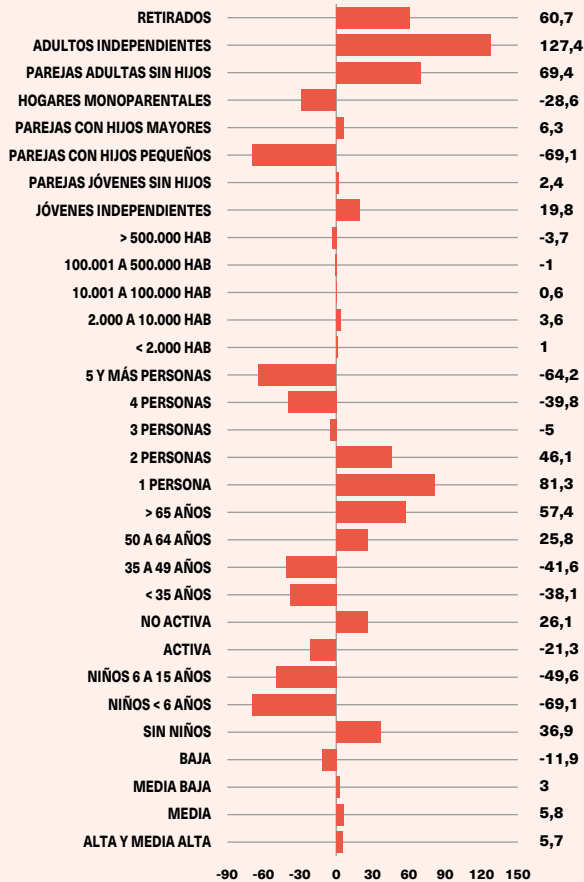
Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto en bebidas espirituosas y derivadas del vino estaba siendo estable pero se ha producido un incremento en los años 2020, 2021 y 2022 (0,6 litros y 3,3 euros). En el periodo 2018-2022, el mayor consumo se produjo en 2021 (2,6 litros), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2021 (12,4 euros por consumidor).



En la familia de bebidas espirituosas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 estaba siendo diferente para cada tipo de producto aunque todos en un contexto de retroceso. En el año 2020 se produce un repunte del consumo motivado por los efectos de la COVID-19 que se ha corregido a la baja durante los dos ejercicios siguientes. Respecto a la demanda de 2018, el consumo de todas las bebidas espirituosas cuenta con niveles superiores, excepto en el brandy.



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

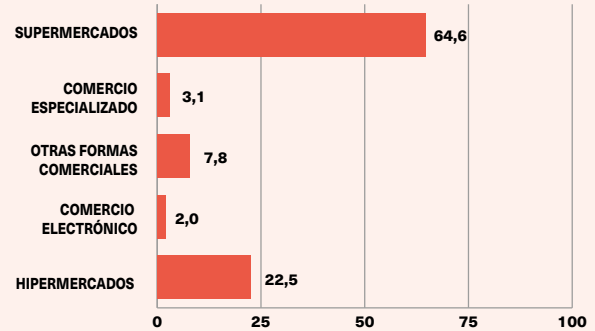


* Media nacional = 2,4 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de bebidas espirituosas a los supermercados (64,6% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 22,5%. Los establecimientos especializados representan el 3,1%, el comercio electrónico el 2,0% y, finalmente, otras formas comerciales alcanzan la cuota del 7,8% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

ANDALUCÍA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS CON DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

BRANDY DE JEREZ
 ANÍS DE CAZALLA
 ANÍS DE OJÉN
 ANÍS DE RUTE
 RON DE GRANADA
 RON DE MÁLAGA

ASTURIAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

AGUARDIENTE DE SIDRA
 DE ASTURIAS *

CANARIAS

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

RONMIEL DE CANARIAS *

BALEARES

DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

PALO DE MALLORCA
 HIERBAS IBICENCAS
 GIN DE MAHÓN
 HERBES DE MALLORCA

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

AGUARDIENTE DE ORUJO

CATALUÑA

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

RATAFIA CATALANA *
 BRANDY DEL PENEDÉS *

COMUNIDAD VALENCIANA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS TRADICIONALES DE ALICANTE
 ANÍS PALOMA DE MONFORTE DEL CID
 APERITIVO-CAFÉ DE ALCOY
 CANTUESO ALICANTINO
 HERBERO DE LA SIERRA DE MARIOLA

GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

ORUJO DE GALICIA
 AGUARDIENTE DE HIERBAS DE GALICIA
 LICOR DE HIERBAS DE GALICIA
 LICOR CAFÉ DE GALICIA

LA RIOJA

REGISTRADOS Y CERTIFICADOS

AGUARDIENTES
 BEBIDAS DERIVADAS DE ALCOHOLES NATURALES
 LICORES
 PACHARÁN

MADRID

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

CHINCHÓN

NAVARRA

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

PACHARÁN NAVARRO *

*Inscrita en el Registro de la UE





ORUJO DE GALICIA

(Aguardente de Herbas de Galicia)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: Esta Indicación 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 IG 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 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 5 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: 7 empresas comercializan al año 222.000 litros de Aperitivo-Café de Alcoy, 72.500 litros de Cantueso Alicantino, 485.000 litros de Anís Paloma de Monforte del Cid y 57.700 litros de Herbero de la Sierra de Mariola.

Brandy de Jerez

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Brandy de Jerez ampara la elaboración de brandy obtenido de aguardiente de vino y producido en la zona de elaboración y envejecimiento

constituida por el triángulo de los términos municipales de Jerez de la Frontera, Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda, en la provincia de Cádiz.

CARACTERÍSTICAS: El envejecimiento se realiza en botas de roble con una capacidad de 500 litros que previamente han contenido vino de Jerez. Los tipos de Brandy de Jerez son: Solera, sometido a un proceso de envejecimiento superior a 6 meses; Solera Reserva, con un envejecimiento superior a un año, y Solera Gran Reserva, con un envejecimiento superior a 3 años. La graduación alcohólica en todos los casos oscila entre 36° y 45°.

DATOS BÁSICOS: Las 24 empresas inscritas comercializan una media anual de 9,2 millones de litros de brandy, de los que el 80% se destina a la exportación.

Brandy del Penedés

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de elaboración y envejecimiento del Brandy del Penedés está constituida por municipios en los que tradicionalmente se ha elaborado "Brandy del Penedés" y engloba por completo las comarcas del

Alt Penedés y el Baix Penedés, así como un municipio del Tarragonés.

CARACTERÍSTICAS: El Brandy del Penedés es una bebida espirituosa de color ámbar a topacio con reflejos de oro viejo obtenido de aguardientes de vino que se envejecen en recipientes de roble. Presenta una graduación alcohólica mínima de 36% vol y un contenido de sustancias volátiles superior a 150 g/hl de alcohol a 100% vol. Presenta un aroma intenso y cálido donde se pueden encontrar vestigios de frutos secos, con un bouquet muy vivo, así como notas de especias como canela, vainilla o nuez moscada entre otras. En el paladar es rico en taninos, evolucionando hacia un final de boca persistente, en el cual se pueden manifestar los matices aromáticos del roble como por ejemplo recuerdos de caramelo, almendra tostada, vainilla, torefractos. 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: En el registro del consejo regulador figura inscrita 2 empresas que elaboran que comercializaron en el 2022 más de 7.000.000 de litros de Brandy del Penedés. La práctica totalidad de la producción se destina a la exportación.

Gin de Mahón

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración amparada se encuentra limitada a la isla de Menorca, en el archipiélago balear. Como base fundamental para la elaboración del Gin de Menorca se utiliza una planta característica de la isla: el enebro.

CARACTERÍSTICAS: Esta bebida se obtiene por destilación de alcohol etílico de origen agrícola, bayas de enebro y agua. La destilación se realiza en alambiques de cobre en contacto directo con fuego de leña. Una vez finalizado este proceso se introduce el líquido en barricas de roble blanco tipo americano de 3 a 5 días para que adquiera un ligero sabor a madera. El Gin de Menorca es transparente, con sabor a enebro y una graduación alcohólica que oscila entre los 38° y 43°.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figura inscrita una empresa, que produce y comercializa unos 312.905 litros anualmente. Un 3% de la producción se exporta.

Chinchón

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA



ZONA GEOGRÁFICA: Ampara la elaboración y embotellado de anises en el término

municipal de Chinchón, en el sureste de Madrid. La tradición de este producto se remonta al siglo XVII, cuando los campos de Chinchón se convierten en grandes extensiones de viñedos y se cultivan importantes superficies de anís matalahúga.

CARACTERÍSTICAS: La fórmula de elaboración de esta bebida radica en la destilación en alambique de cobre de la matalahúva, matalahúga o anís verde. El producto así obtenido, alcoholato de anís, que lleva los aceites esenciales extraídos y destilados de la matalahúga, constituye la base para la elaboración de los distintos tipos y clases de Anís de Chinchón: Seco Especial, Extraseco, Seco y Dulce.

DATOS BÁSICOS: La única empresa inscrita en el Consejo comercializa una media anual de 1,3 millones de litros de anís. El 15% se destina a la exportación.

Herbes de Mallorca

Hierbas de Mallorca

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: Esta Denominación Geográfica protege la elaboración y embotellado de hierbas exclusivamente en la isla de Mallorca.

CARACTERÍSTICAS: Hierbas de Mallorca es la bebida espirituosa tradicional obtenida por la mezcla de una bebida anisada con una solución hidroalcohólica aromatizada por maceración y/o destilación de plantas aromáticas como la hierbaluisa, manzanilla, naranjo, limonero, romero, toronjil e hinojo, todas ellas producidas en la isla de Mallorca. El resultado es un producto de color verde con distintas intensidades y matices, detectándose diversos aromas que envuelven el olor del anís. Los intervalos de dulzor son muy amplios, lo que permite que cada consumidor encuentre el que desea. Se elaboran tres tipos de hierbas: dulces, mezcladas y secas.

DATOS BÁSICOS: Están registradas 6 empresas elaboradoras que producen y comercializan 1,2 millones de litros, de los que una parte importante es comercializada con la Denominación Geográfica.

Hierbas Ibicencas

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona amparada se circunscribe a las islas de Ibiza y Formentera, en el archipiélago balear. Esta bebida espirituosa, cuya elaboración comenzó hace más de 200 años, se obtiene básicamente mediante la extracción de aromas de diversas plantas de esas islas como el hinojo, tomillo, romero, hierbaluisa, espliego, ruda, eucalipto, manzanilla, enebro, orégano, hojas y piel de limón y naranja y salvia, junto a la badiana y el anís verde o matalahúga.

CARACTERÍSTICAS: Las plantas aromáticas mencionadas se tratan mediante maceración, destilación o ebullición añadiéndose azúcar (máximo 250 gramos por litro elaborado), alcohol etílico de origen agrícola y agua desmineralizada. El contenido de alcohol puede oscilar entre los 24° y 38° y el color final de la bebida es topacio-ámbar.

CARACTERÍSTICAS: Las plantas aromáticas mencionadas se tratan mediante maceración, destilación o ebullición añadiéndose azúcar (máximo 250 gramos por litro elaborado), alcohol etílico de origen agrícola y agua desmineralizada. El contenido de alcohol puede oscilar entre los 24° y 38° y el color final de la bebida es topacio-ámbar.

DATOS BÁSICOS: Las 3 empresas productoras-embotelladoras registradas comercializan al año unos 300.000 litros. Un alto porcentaje de la producción se consume en las islas donde se elabora esta bebida espirituosa.

Licor Café de Galicia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: Esta Indicación 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 Indicación 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 27 empresas comercializaron 145.000 litros con Denominación Geográfica.

Licor de Hierbas de Galicia

(Licor de Herbas de Galicia)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: Esta Indicación 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 Indicación 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, 27 empresas comercializaron 115.000 litros con Indicación Geográfica.

Aguardente de Hierbas de Galicia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación 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, translúcido y claro en el caso de los sometidos a envejecimiento.

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, translúcido y claro en el caso de los sometidos a envejecimiento.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 51 empresas que cumplen las normativas de la Indicación Geográfica y que comercializan una media anual de 81.000 litros de Orujo de Galicia.

Pacharán Navarro

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica ampara la zona de elaboración delimitada por el ámbito geográfico de la Comuni-

dad Foral de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: Es una bebida alcohólica, entre 25° y 30°, elaborada por el sistema de maceración de endrinas, frutos que transmiten su aroma, sabor afrutado y color rojo. Unas pinceladas suaves de anís terminan de armonizar sus cualidades organolépticas. La maceración oscila entre 1 y 8 meses. Se emplean entre 125 y 300 gramos de endrinas maduras por litro de pacharán y un contenido de azúcares de 80 a 250 gramos.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador de la Indicación Geográfica figuran inscritas 6 empresas que elaboran una media anual de 3.368.216 millones de litros, 21.875 (exterior) y 3.390.091 (interior).

Palo de Mallorca

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Geográfica Palo de Mallorca ampara la elaboración de esta bebida espirituosa en todo el ámbito geográfico de la isla de Mallorca, en la comunidad autónoma de Baleares.

CARACTERÍSTICAS: El Palo de Mallorca es un licor elaborado mediante la maceración de quina y genciana en una mezcla hidroalcohólica de alcohol etílico natural de origen agrícola. También se puede obtener por infusión de quina y genciana en agua, con adición posterior del alcohol hasta alcanzar la graduación requerida. Una vez finalizada la maceración o infusión de quina o genciana, y ya decantada, se le añade una disolución acuosa de sacarosa y azúcar caramelizado. En la última fase del proceso se incorpora alcohol y agua hasta obtener la graduación alcohólica permitida, entre 25° y 36°.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador de la Denominación Geográfica están inscritas 5 empresas que elaboran y comercializan más de 64.252 litros anuales.

Ratafía Catalana

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Geográfica ampara la producción y elaboración de esta bebida espirituosa tradicional en todo el territorio de Cataluña.

CARACTERÍSTICAS: La Ratafía Catalana es un licor elaborado por una maceración hidroalco-

hólica de nueces verdes con incorporación de una mezcla de plantas aromáticas maceradas o destiladas. Cada elaborador tiene su propia receta, pero como mínimo han de estar presentes la hierba luisa, la canela, el clavo y la nuez moscada. El tiempo mínimo de maceración de las nueces es de tres meses. Una vez obtenido el macerado, se decantan los líquidos, se añade azúcar, alcohol y agua hasta la graduación alcohólica conveniente que está comprendida entre 24 % vol. y 30 % vol. Se puede utilizar azúcar caramelizado para conseguir la coloración característica del color caramelo. El producto resultante se somete a envejecimiento durante un período mínimo de tres meses en recipientes de madera.

DATOS BÁSICOS: En el registro del consejo regulador figuran inscritas 2 empresas que elaboran que comercializaron en el 2022 unos 9.300 litros de Ratafía Catalana. Más del 95% de la producción se destina al mercado interior.

Ronmiel de Canarias

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Geográfica Ronmiel de Canarias ampara la producción y elaboración de este licor tradicional en toda la comunidad autónoma de Canarias.

CARACTERÍSTICAS: La elaboración del ronmiel protegido se lleva a cabo mediante la mezcla de ron, aguardiente de caña, aguardiente de melaza

de caña o sus destilados, agua potable, azúcares, extractos vegetales (aromas) y miel. El producto es de color del oro viejo al caoba intenso, capa media, limpio y brillante. Su sabor es intenso, dulce, untuoso, suave al paladar, de retrogusto muy agradable con aroma caramelizado, miel, con notas a ron y extractos vegetales. Su aspecto es traslúcido, exento de impurezas y de partículas en suspensión. Se podrá utilizar la mención Selecto cuando las materias primas (ron, aguardiente de caña, aguardiente de melaza de caña o sus destilados y miel) sean de origen canario. La graduación alcohólica mínima es del 20% del volumen y una máxima del 30%.

DATOS BÁSICOS: La producción de Ronmiel de Canarias ronda los 1,5 millones de litros anuales, de los cuales unos 46.000 litros se destinan a su exportación.

SIDRA

El balance para el sector industrial de la sidra en 2022 fue mejor que el del año anterior, gracias al aumento singular de la producción, unido a la recuperación del consumo.

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos que publica el INE, la producción de sidra, perada y otras bebidas similares (la sidra es mayoritaria) en 2022 se elevó a 601.835 hectolitros, un 30% más que en el año anterior. Asimismo, el valor alcanzado por estas producciones ascendió a casi 82 millones de euros, cuando un año antes fue de 55 millones.

España es el quinto productor de sidra de Europa, por detrás de Reino Unido, Francia, Irlanda y Alemania. A nivel mundial, el primer productor es Estados Unidos.

Los cambios en los gustos del consumidor hacia bebidas más naturales y con menos alcohol, unido a la irrupción de nuevas presentaciones y sabores, han hecho posible la recuperación del consumo tras los años de la pandemia en los que el sector se vio muy afectado por el cierre de la hostelería.

En el caso de la sidra achampanada, también ha influido en su positiva evolución la desestacionalización del consumo. De ser un producto consumido sólo en las fiestas navideñas, la sidra ha pasado a consumirse durante todo el año. Este tipo de sidra es la más consumida en España (cerca del 73% de las ventas totales). No obstante, la evolución del consumo de sidra natural es también positiva.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE SIDRAS Y CIDER	
EMPRESA	Mill. Euros
Grupo El Gaitero	21
Heineken España, S.A (*)	1.020
Manuel Busto Amandi, S.A.	10,8
Sidra Menéndez, S.L.	4,8
Sidra Trabanco, S.A.	3,7
Sidras Kopparberg S.A	3
Eva Group (*)	17
Llagar Castañón, S.L	1,63
Custom Drinks, S.L (*)	6,58
Sidra Cortina Coro, S.L.	3,18

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. *Incluye la facturación de otras producciones.

Al buen funcionamiento de las ventas de sidra ha contribuido el desarrollo de las marcas de distribución (MDD), que representan ya el 25% de todo el volumen comercializado.

SIDRAS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Una parte de la producción nacional de sidra está amparada por marcas de calidad reconocidas por la Unión Europea (UE).

La más antigua es la Denominación de Origen Protegida (DOP) Sidra de Asturias, cuyo Consejo Regulador entregó en 2022 un total de 4.325.000 contraetiquetas, un 6% más que en el año precedente, y los lagares inscritos en la DOP elaboraron algo más de 2,33 millones de litros de sidra. La mayor parte de la producción es sidra natural, que se comercializa mayoritariamente en Asturias (sólo un 6% se vende en el resto de España). Por su lado, la sidra natural espumosa se comercializa tanto en Asturias, como en el resto de España e incluso se exporta (un 4% en 2022).

Por otro lado, en el País Vasco cuentan con la DO Euzkalko Sagardoa. En 2022, quinto año con la marca de calidad, la producción de manzana fue muy escasa y como consecuencia, el volumen de sidra que salió finalmente al mercado fue muy inferior al del año anterior. En total, se elaboraron 1,2 millones de litros para la Denominación.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de sidra en España está experimentando grandes cambios en los últimos años, con la entrada de grandes grupos cerveceros que embotellan y distribuyen sidra.

Tradicionalmente, la sidra natural era elaborada por pequeñas empresas de carácter semiartesanal, pero durante los últimos años (tanto en el sector de la sidra natural, como en el de la achampanada, donde sí existían grupos más potentes con una fuerte presencia internacional), se han producido fuertes procesos de concentración y también han entrado operadores extranjeros, relacionados con las importaciones.

La primera empresa elaboradora de sidra es el Grupo El Gaitero, que registró una facturación de 21 millones



de euros en 2022, muy por encima de la cifra del año anterior.

El segundo lugar en el ranking por facturación lo ocupa un grupo internacional, ligado al mundo de la cerveza, y la tercera empresa facturó casi 11 millones de euros, entre los que también se incluyen otros productos.

A partir de estas tres primeras empresas, las facturaciones anuales de las diez primeras empresas en el sector de la sidra van de 6 a 2 millones de euros. Entre esas diez empresas se encuentra la importadora sueca Sidras Kopparberg, que lleva años introduciendo

CONSUMO Y GASTO EN SIDRA

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 16,5 millones de litros de sidra y gastaron 48,3 millones de euros en este producto. En términos per

sidras en el mercado nacional y tiene una gran cuota de mercado porque abastece a la demanda extranjera fundamentalmente.

También sobresale por su cuota de mercado Sidras Menéndez, que ha apostado por la sidra con sello de calidad DOP Sidra de Asturias. A este respecto, en la denominación estaban inscritos en 2022 un total de 33 elaboradores (llagares), 376 cosecheros.

Por su parte, en la Denominación de Origen Euskal Sagardoa hay registrados 50 bodegas-lagares, que sacaron al mercado 80 tipos de sidra diferentes en 2022.

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior en este sector es muy escaso. Las exportaciones son mínimas y las importaciones están motivadas por la demanda del turismo, que pide sidras elaboradas en sus países de origen.

Al descender drásticamente el turismo por la pandemia, las importaciones de este tipo de bebidas también lo hicieron. En 2022, a medida que ese turismo se fue recuperando, lo hicieron también las entradas de sidra.

Según datos de Comercio, en 2022 se importaron casi 9,9 millones de litros y se exportaron 3,4 millones de litros.

Los países de los que sidra se importa son principalmente de la Unión Europea (Suecia, Irlanda y Francia) y entre los países terceros destaca Reino Unido.

Respecto a la exportación, tradicionalmente se envían algunas partidas de sidra achampanada a países con mucha población migrante o descendiente de migrantes españoles, como Cuba, República Dominicana, México o Venezuela. Hoy en día se exporta también a países de la UE (Bélgica, Países Bajos o Francia) y a Estados Unidos. ■

cápita, se llegó a 0,4 litros de consumo y 1,0 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN SIDRA DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL SIDRA	16,5	0,4	48,3	1,0

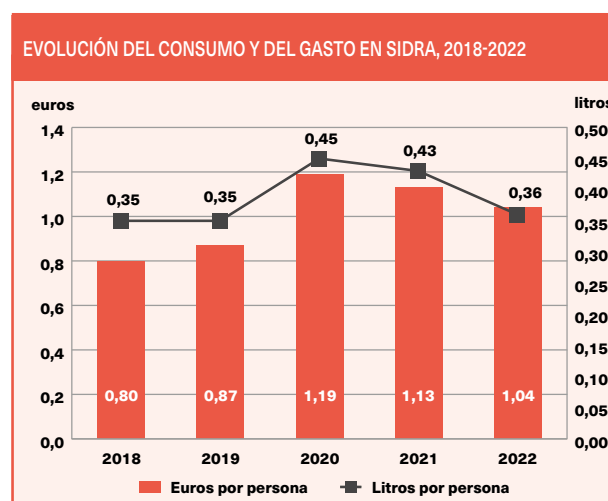
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de sidra durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

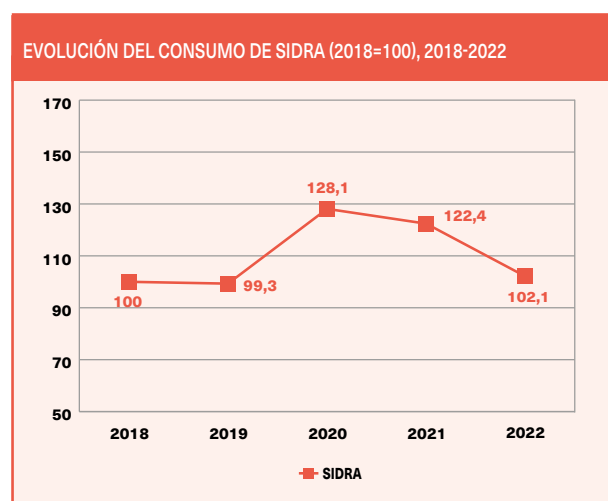
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de sidra, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra trabaja, el consumo de sidra es ligeramente 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 menor 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 entre 100.000 y 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de sidra, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios 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, jóvenes y adultos independientes y entre las parejas jóvenes sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños o mayores, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, Galicia y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Castilla-La Mancha y Cataluña.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

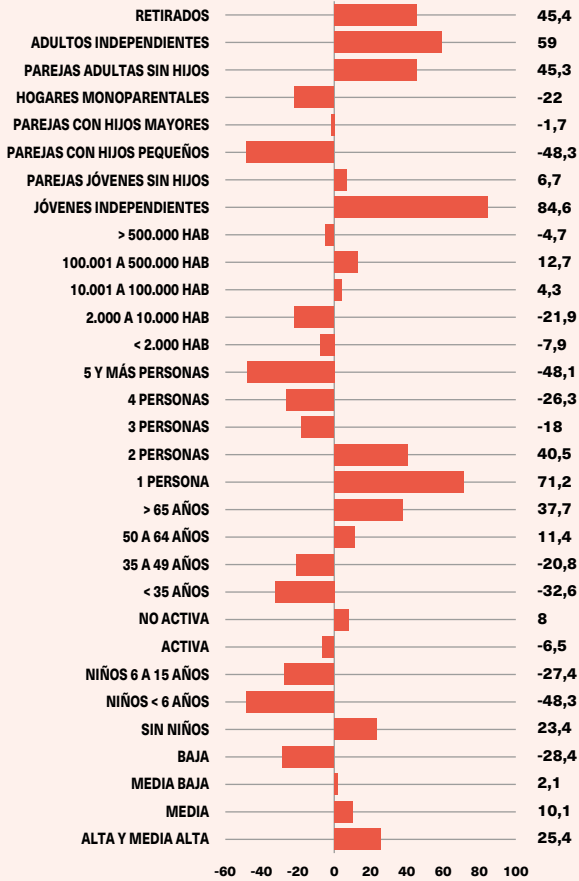
Durante los últimos años, el consumo de sidra estaba incrementándose aunque en el año 2020 se produce un notable repunte motivado por los efectos de la COVID-19, que durante los años 2021 y 2022 se ajustan a la baja volviendo a los niveles anteriores a la pandemia. En el periodo 2018-2022, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (0,45 litros), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2020 (1,19 euros por consumidor).



En cuanto a la evolución del consumo per cápita de sidra durante el periodo 2018-2022, y respecto a la demanda de 2018, se observa un ascenso notable en el ejercicio 2020, con disminuciones en los años 2021 y 2022.



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

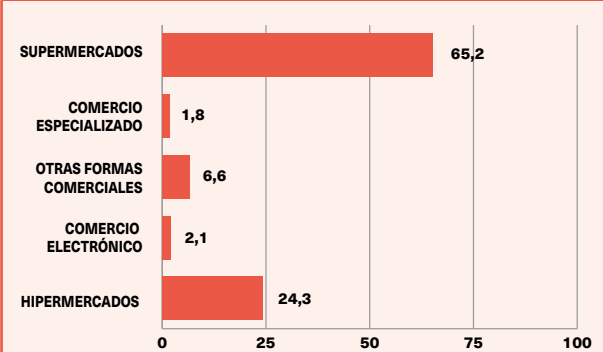


* Media nacional = 0,4 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sidra a los supermercados (65,2% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 24,3% y los establecimientos especializados llegan al 1,8% y el comercio electrónico al 2,1%. Las otras formas comerciales concentran el 6,6% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SIDRA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



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.

Como concejos productores de manzana de sidra destacan los dos últimos más Siero, Colunga, Nava, Llanes, Langreo, Piloña, Cangas de Onís, Onís y Caravia.

CARACTERÍSTICAS: La sidra es el producto resultante de la fermentación del mosto natural fresco de manzana de sidra, que contiene exclusivamente gas carbónico de origen endógeno. Su graduación alcohólica mínima es de 4,5°. Se elaboran tres tipos de sidra: la natural, de escanciado tradicional; la denominada de nueva expresión, filtrada y clarificada, y la espumosa, que se elabora a partir de 22 tipos de manzana.

DATOS BÁSICOS: La superficie destinada al cultivo de manzano de sidra con DOP supera las 582 hectáreas. Se encuentran inscritos más de 272 productores y 23 empresas elaboradoras de sidra natural. La producción media anual es de 9,5 millones de litros, de los que se comercializan 2,8 millones de litros con DOP.

VERMÚ

El vermú o vermouth es un licor que se elabora con vino, ajeno y otras sustancias amargas y tónicas que se suele tomar como aperitivo. Para producir el vermú en España, se utilizan como base anualmente unos 400.000 hectolitros de vinos blancos, mayoritariamente. La región catalana del Penedés aporta un 30% de todos esos vinos, mientras que el restante 70% proviene de Castilla-La Mancha.

En sentido contrario a la tónica de los últimos años, el sector del vermú registró en 2022 una caída de su producción industrial. Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos, que publica el INE (Instituto Nacional de Estadística) la producción nacional disminuyó en volumen un 27,7% con respecto al año anterior, al sacar al mercado un total de 659.050 hectolitros. Por el contrario, el valor de esa producción aumentó un 49%, hasta los 248 millones de euros.

El mercado nacional del vermú lleva años experimentando un gran crecimiento como consecuencia del auge del tapeo al mediodía y a que muchos jóvenes han hecho suya esta bebida, aumentando la demanda.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial del vermú está formado por varias decenas de empresas, de las cuales las más importantes están integradas en la Asociación Española de Elaboradores y Distribuidores de Vermouth, Bitter-Soda y Aperitivos Vínicos (ANEV). Las empresas que forman parte de ANEV controlan en torno al 80% de todo el mercado nacional del vermú. Los principales operadores del sector son algunas industrias de capital español, junto a grandes multinacionales de origen italiano. Sin embargo, en los últimos años han empezado su actividad muchas pequeñas empresas de carácter semiartesanal, al igual que ha sucedido en el sector de la cerveza.

Anualmente se consumen en nuestro país alrededor de 60 millones de litros de vermú (producción más importaciones, menos exportaciones), básicamente durante la hora del aperitivo. Las ciudades donde más vermú se consume son Madrid y Barcelona.

COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial es netamente positiva para este sector. En 2022 se vendieron en el exterior, tanto envasado como a granel, 69,1 millones de litros de vermouth (un 6% más que en el año anterior). Asimismo, se importaron 19,7 millones de litros, un volumen muy similar al del ejercicio anterior, según datos de Comercio. ■

BEBIDAS REFRESCANTES



Las bebidas refrescantes son aquellas que no contienen alcohol y están compuestas fundamentalmente por agua, a la que se le añaden otros muchos ingredientes que dan lugar a distintos productos y sabores.

Las especificaciones y denominaciones para bebidas refrescantes se recogen en el Real Decreto 650/2011, de 9 de mayo, por el que se aprueba la reglamentación técnico-sanitaria para estas bebidas.

Estas bebidas tienen un fuerte arraigo social y un destacado lugar dentro de la economía española, por su vinculación con otros sectores como la agricultura, la hostelería, la distribución o el turismo.

El año 2022 fue el primero tras la subida del IVA a las bebidas refrescantes azucaradas del 10% al 21%, un hecho que influyó en la evolución del consumo y las ventas.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LOS REFRESCOS

EMPRESA	Mill. Euros
Coca Cola Europacific Partners Iberia	2.141
Schweppes (SUNTORY BEVERAGE & Food Spain*)	412,9
Pepsico Bebidas Iberia*	400
Font Salem (Grupo Damm)*	390
J. García Carrión *	240
Refresco Iberia	220
Agua Mineral San Benedetto, S.A *	123,2
Red Bull España *	110
Ahembo S.L*	62
Refrescos del Atlántico *	50

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022 * Incluye la facturación de otras producciones.

Las empresas del sector llevan muchos años reduciendo el contenido de azúcar en sus productos. A nivel europeo, España es líder en reducción de azúcar en los refrescos.

También las empresas del sector están trabajando para reducir el peso de los envases y para introducir materiales reciclados y reutilizables en su composición.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector industrial de las bebidas refrescantes está formado por empresas de distinto tamaño, con gran arraigo en el mercado nacional. Uno de los rasgos más característicos de la estructura empresarial del sector es el predominio de grandes grupos multinacionales en los primeros escalones del ranking.

Junto a estos enormes operadores internacionales que dominan el mercado hay algunas grandes empresas españolas de sectores afines (vino, aguas, lácteos, etc.), que incursionan con éxito en el mercado de los refrescos y consolidan líneas de negocio muy importantes.

Todas las empresas elaboran y comercializan sus productos en España, según datos de la Asociación de Bebidas Refrescantes (ANFABRA), que se creó en 1977 y cuenta con 20 socios y también con varias empresas colaboradoras.

Según datos de ANFABRA, el sector aporta 4.900 millones de euros a la economía del país y genera unos 80.000 empleos, directos e indirectos. Así, se estima que por cada empleo creado en la industria, se generan otros siete de manera indirecta. A lo largo del proceso que va desde la producción del refresco hasta que llega al consumidor, intervienen proveedores de materias primas, envases, logística, distribución, análisis de mercado, publicidad y muchos más. La contribución del sector no ha dejado de crecer en los últimos años.

El grupo principal del sector es una multinacional que obtuvo en 2022 una producción superior al 50% del volumen total y unas ventas de casi 2.141 millones de euros.

El segundo grupo por ventas llegó a facturar 220 millones de euros, cifra superior a la del año pasado. Por su lado, también subió la facturación del tercer grupo empresarial (hasta los 390 millones de euros, en los que se incluyen las aportaciones de otras líneas de negocios) y la del cuarto aumentó un hasta los 400 millones de euros (también incluidas las ventas de otras producciones).



En este sector de los refrescos, las marcas blancas o de distribuidor (MDD) son menos importantes que en otros, aunque su posición depende mucho de los diferentes segmentos del mercado. Por ejemplo, en gaseosas llegan a alcanzar hasta el 65 % del mercado.

El sector industrial español destaca por su diversidad de marcas y productos, así como por su capacidad de innovación. A este respecto, existen en el mercado nacional cerca de 2.000 referencias de bebidas refrescantes.

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de bebidas refrescantes no es muy importante debido sobre todo a que los elevados costes de transporte no hacen rentable el comercio.

También, hay que tener en cuenta que al tratarse de un mercado dominado por grandes grupos multinacionales, muchos movimientos entre diferentes filiales de un mismo operador no quedan reflejadas en ninguna estadística de comercio.

Se considera que las importaciones de bebidas refrescantes están muy relacionadas con las distintas ofertas de algunas grandes cadenas de la distribución alimentaria. Un cálculo aproximado cifra esas importaciones en torno a los 80 millones de euros anuales. La práctica totalidad de las partidas importadas proviene de otros países de la Unión Europea.

Por lo que respecta a las exportaciones de refrescos, son todavía menos importantes que las importaciones y se sitúan en unos 40 millones de euros anuales. Una estrategia seguida por algunas de las grandes empresas españolas de refrescos es la de instalar plantas de producción cerca de grandes núcleos de consumo en otros países. ■

CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES

Durante el año 2022, los hogares españoles consumieron 1.706,1 millones de litros de gaseosas y bebidas refrescantes y gastaron 1.744,9 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 36,9 litros de consumo y 37,7 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las bebidas refrescantes (33,7 litros por persona y año), y dentro de

ellas, los consumos más elevados se registran en los refrescos de cola (16,7 litros per cápita), seguido de los refrescos de naranja (3,6 litros per cápita). Por su parte, la gaseosa alcanza un consumo de 3,2 litros por persona y año. En términos de gasto, las bebidas refrescantes concentran el 96,8%, con un total de 36,5 euros por persona, mientras que la gaseosa representa el 3,2%, con 1,2 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES DE LOS HOGARES, 2022

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	1.706,1	36,9	1.744,9	37,7
GASEOSAS	146,9	3,2	55,1	1,2
BEBIDAS REFRESCANTES	1.559,3	33,7	1.689,9	36,5
NARANJA	167,8	3,6	129,6	2,8
LIMON	133,0	2,9	96,4	2,1
COLA	772,7	16,7	841,3	18,2
NORMAL	299,2	6,5	332,1	7,2
LIGHT	321,1	6,9	347,8	7,5
SIN CAFEINA	15,5	0,3	15,7	0,3
LIGHT SIN CAFEINA	136,9	3,0	145,6	3,1
BEBIDA REFRESCANTE TONICA	39,3	0,8	69,1	1,5
BEBIDA REFRESCANTE TE Y CAFE	106,0	2,3	153,2	3,3
BEBIDA REFRESCANTE ISOTONICAS	139,3	3,0	193,7	4,2
BEBIDA ENERGETICA	41,4	0,9	88,7	1,9
OTRAS BEBIDAS REFRESCANTES	201,2	4,3	206,6	4,5
BEBIDAS CON ZUMO Y LECHE	86,7	1,9	96,4	2,1



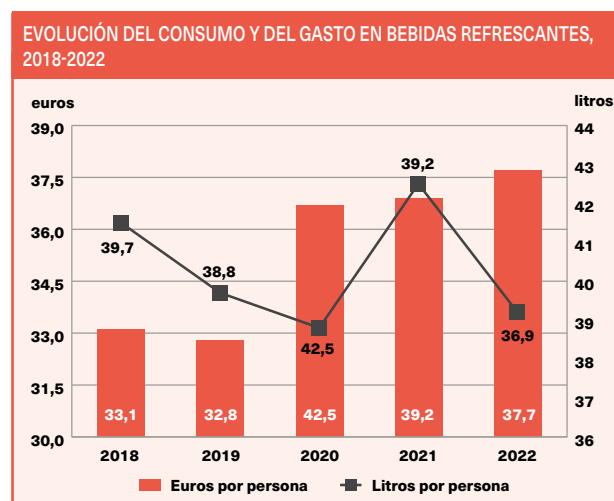
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes durante el año 2022 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de bebidas refrescantes y gaseosas es superior.
- En los hogares donde compra una persona mayor de 65 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 menor de 35 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 10.000 y 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de gaseosas y bebidas refrescantes, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos urbanos (mayores de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas sin hijos, con independencia de su edad y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños y entre parejas con hijos mayores.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Baleares, Murcia y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a País Vasco, Navarra y La Rioja.

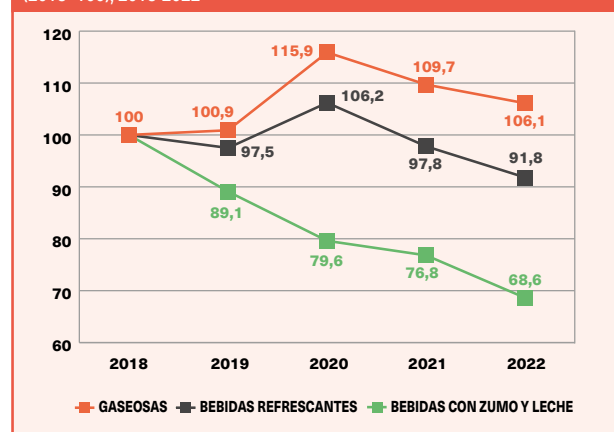
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos años, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes estaba disminuyendo pero en el ejercicio 2020 se produce un repunte motivado por los efectos de la COVID-19 que se está diluyendo en los dos últimos ejercicios. En el periodo 2018-2022, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en los años 2020 y 2022, respectivamente (42,5 litros y 37,7 euros por consumidor).

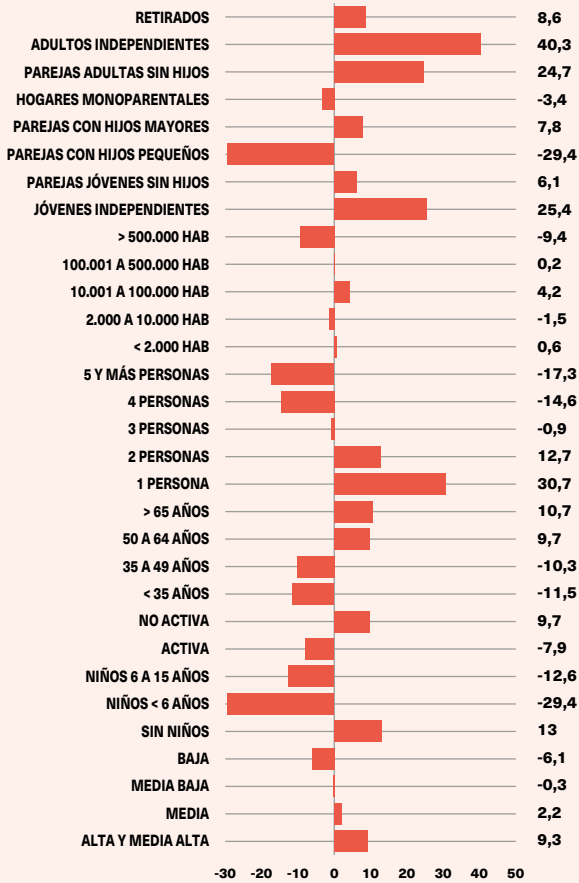


En la familia de gaseosas y bebidas refrescantes, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido similar para gaseosas y bebidas refrescantes con una recuperación en el año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 que, sin embargo, no se mantiene en los dos ejercicios siguientes.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BEBIDAS REFRESCANTES (2018=100), 2018-2022



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

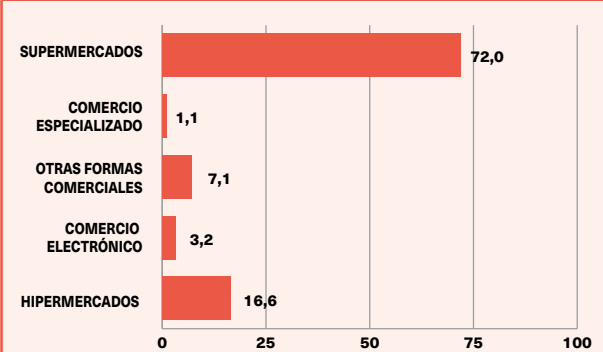


* Media nacional = 36,9 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2022 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de gaseosas y bebidas refrescantes a los supermercados (72,0% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 16,6%, el comercio especializado el 1,1%, el comercio electrónico del 3,2% y, finalmente, otras formas comerciales representan el 7,1% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2022



AGRICULTURA ECOLÓGICA



La producción agraria ecológica (biológica u orgánica), es un sistema de gestión y producción agroalimentaria que combina las mejores prácticas ambientales, un elevado nivel de biodiversidad y de preservación de los recursos naturales y la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal, con la finalidad de obtener una producción conforme a las preferencias de determinados consumidores por los productos obtenidos, a partir de sustancias y procesos naturales.

La producción ecológica se encuentra regulada en España desde 1989. En 1993 entró en aplicación el primer Reglamento comunitario que fue sustituido por el actual Reglamento 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, desarrollado por los Reglamentos de la Comisión, 889/2008 y 1235/2008.

En 2018 se publicó el nuevo Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo (CE nº 2018/848), sobre la

producción ecológica y el etiquetado de los productos ecológicos. El reglamento entró en vigor el 1 de enero de 2021 y favorece la armonización del modelo de producción de la Unión Europea, aumentando la confianza de los consumidores en los productos ecológicos.

Para que el consumidor final pueda diferenciar los productos ecológicos, todas las producciones deben llevar impreso el logotipo de la Unión Europea y el código numérico de la entidad de control de quien depende el operador responsable del producto, además de su propia marca y los términos específicos de la producción ecológica.

AGRICULTURA ECOLÓGICA

De acuerdo con la información que facilita anualmente el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), en 2022 la superficie inscrita en agricultura ecológica en España llegó hasta las 2.675.331 hectá-

reas, lo que supuso un incremento interanual del 1,5% y sitúa la superficie agraria útil (SAU) dedicada a los cultivos ecológicos en el 10,95% del total. Si tenemos en cuenta también el terreno forestal en el que hay ganadería, que no es SAU, la superficie total ascendió a 2,84 millones de hectáreas.

Gracias a este aumento, España pasó a ser el primer país de la Unión Europea con mayor superficie ecológica y el tercero del mundo, por detrás de Australia y Argentina. Si el crecimiento se mantiene en los próximos años, España podrá cumplir en 2030 el objetivo de destinar un 25% de las tierras agrícolas a la producción ecológica, fijado en el Pacto Verde europeo.

De la superficie total en 2022, un 76,4% se encontraba ya calificada como ecológica; el 17,7% aparecía en conversión y un 5,8%, en su primer año de prácticas.

Andalucía acapara el 47,3% de todas las tierras (incluidos montes y pastos) en agricultura ecológica de España, seguida por Castilla-La Mancha (15,4%), Cataluña (9,6%), Comunidad Valenciana (5,4%), Región de Murcia (4,1%), Extremadura (3,8%), Aragón (3,75%), Castilla y León (3,1%), Navarra (2,35%), Galicia (1,6%), Islas Baleares (1,5%), Asturias (0,5%), Madrid (0,48%), País Vasco (0,32%), Canarias (0,29%), La Rioja (0,23%) y Cantabria (0,12%).

La mayor parte de la superficie ecológica de 2022 correspondió a los pastos permanentes, que ocuparon casi 1,6 millones de hectáreas. En segundo lugar, por superficie destacó el grupo de cultivos permanentes (809.958 hectáreas) y, en tercer lugar, los cultivos arables (574.116 hectáreas).

A este respecto, dentro de los cultivos arables sobresalieron por su superficie los cereales (42,28% del total), los barbechos (32,3%), las plantas para alimentación animal (9,3%); las legumbres (6,3%); los cultivos industriales (4,7%); las hortalizas (4,4%); las tierras arables (0,36%) y los tubérculos (0,24%).

Por su lado, en el grupo de los cultivos permanentes destacaron los frutos secos (35,8% del total), el olivar (32,9%) y el viñedo (18,5%). A mucha distancia de estos se situaron los cítricos (23,19%), los frutales de hueso y pepita (1,15%) y las plataneras y frutales tropicales (1,22%).

GANADERÍA ECOLÓGICA

En la ganadería ecológica estaban registradas en 2022 cerca de 9.247 actividades, cifra muy superior

a la de un año antes. Andalucía acumulaba el mayor número de actividades ganaderas ecológicas (57,7% del total), seguida por Cataluña (11,69%), Galicia (6,36%), Castilla-La Mancha (4,3%), Extremadura (3,74%), Islas Baleares (3,42%), Asturias (3,17%), Castilla y León (1,93%), Navarra (1,83%), País Vasco (1,71%), Cantabria (1,46%), Canarias (1,19%), Aragón (0,69%), Comunidad Valenciana (0,37%), Madrid (0,27%), Región de Murcia (0,12%) y La Rioja (0,04%).

Por orientaciones productivas, las más importantes en 2022 eran las explotaciones bovinas (51,06% del total), seguidas por las de ovino (26,3%), caprino (7,97%), équidos (4,64%), aves de corral (4,63%), apicultura (3,45%), porcino (1,85%) y otras ganaderías (0,07%). En este último grupo están incluidas, fundamentalmente, las granjas de conejos y las instalaciones dedicadas a la cría de caracoles.

La cabaña ganadera ecológica estaba compuesta en 2022 principalmente por aves (1,53 millones de cabezas, entre las destinadas a la producción de huevos y a la producción de carne), animales de la especie ovina (613.598 animales de carne y 36.933 destinados a la producción de leche) y animales de la especie bovina (263.034 bóvidos de carne y 12.752 de leche). Pero también había una nutrida representación de las cabañas caprina, equina, porcina, cunícola y helicícola (caracoles).

La producción de carne ecológica en 2022 superó en volumen las 45.017 toneladas, un 1,4% más que en el año anterior. De este volumen total, 28.601 toneladas eran carne de vacuno (cifra muy superior a la del año precedente); 4.392 toneladas de porcino; 9.167 de ovino; 485 de caprino; 1.984 de aves (pollo en su mayoría) y 383 de equino.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA	
EMPRESA	Mill. Euros
Lácteos Industriales Agrupados, S.A. *	275,14
Liquats Vegetals, S.A. *	85,13
Frías Nutrición, S.A. *	82
Herbex Iberia, S.L. *	62,13
Almendras de Andalucía, S.L.*	60
Frunet, S.L. *	40
Martínez Nieto, S.A. *	40
Soria Natural, S.A. *	33
Laboratorios Almond, S.L. *	27
Nutriops, S.L. *	15

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye la facturación de otras producciones.

Respecto a las otras producciones ganaderas distintas a la carne, en 2022 se produjeron cerca de 69.473 toneladas de leche cruda ecológica (el 70% era de vaca y el resto de oveja y de cabra); 23.412 toneladas de leche para consumo directo; 1.096 toneladas de quesos; 3.185 toneladas de leche acidificada (yogur); 149,4 millones de huevos y 1.278 toneladas de miel, entre otras producciones ganaderas.

Igualmente, se contabilizaron en 2022 casi 4.023 toneladas de peces, moluscos y crustáceos procedentes de la acuicultura ecológica, un volumen muy inferior al del año precedente, en las 169 instalaciones que había dadas de alta ese año (2 más que un año antes). Casi el 53,2% de esta producción fueron mejillones y un 25,8% truchas. También se criaron en acuicultura ecológica certificada esturiones, doradas, lubinas e incluso ostras en Asturias.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En cuanto al sector empresarial de la producción ecológica, según datos del Ministerio de Agricultura había registradas al acabar 2022 un total de 10.959 industrias (39 más que en el año precedente), de las cuales 9.350 estaban orientadas a la producción vegetal y 1.609 a la producción animal.

De las industrias vegetales, el grupo más numeroso (38,2% del total) lo formaban las dedicadas a la ma-



nipulación y conservación de frutas y hortalizas. El siguiente grupo era el de elaboración de otros productos vegetales (21%), seguido de la industria de bebidas (17,1%, principalmente vino), del aceite (12,1%), de la panadería (8,4%), de la fabricación de piensos para animales (1,6%) y de la fabricación de productos de mollienda, almidones y productos amiláceos (1,3%).

En cuanto a las empresas ecológicas relacionadas con las producciones animales, las más numerosas eran en 2022 las dedicadas a la elaboración y conservación de carne y productos cárnicos (42%), seguidas de las destinadas a la elaboración de otros productos de origen animal (37,48% del total), las de productos lácteos (13,6%), las de manipulación y conservación de pescados, crustáceos y moluscos (5,72%) y las de elaboración de aceites y grasas animales (0,93%).

Andalucía fue de nuevo en 2022 la comunidad con mayor número de industrias ecológicas (contaba con el 30,7% del total). La siguiente región con mayor número de empresas fue Comunidad Valenciana (17,7%), seguida de Cataluña (14,47%), Castilla-La Mancha (6,56%), Región de Murcia (4,54%), Castilla y León (4,32%), Galicia (3,21%), Canarias (2,42%), Extremadura (2,42%), Aragón (2,36%), Islas Baleares (2,31%), País Vasco (2,29%), Madrid (1,71%), Navarra (1,68%), La Rioja (1,44%) Asturias (1,38%) y Cantabria (0,82%).

Aunque hay varios grandes grupos de alimentación que tienen sus líneas de producción de alimentos ecológicos, el sector empresarial está formado básicamente por pequeñas y medianas empresas, muchas de ellas de carácter familiar.

La primera empresa dedicada a los productos ecológicos facturó en 2022 un total de 275,1 millones de euros, mientras que la segunda finalizó el ejercicio con una facturación cercana a los 86 millones de euros y la tercera superó los 82 millones de euros, de acuerdo con los datos publicados por la empresa dedicada a la información económica sectorial Alimarket. En los tres casos, la facturación de 2022 fue mayor que en el año anterior. Asimismo, en el ranking de las diez primeras empresas del sector había compañías que facturaron entre 62 y 15 millones de euros. También estas entidades facturaron más que un año antes.

OPERADORES Y ELABORADORES

Según el informe del MAPA, en 2022 estaban registrados en España 60.621 operadores ecológicos (productores, elaboradores y comercializadores), cifra superior a la que había en el año anterior.

La mayor parte de estos operadores eran productores y el resto se dedicaba a la elaboración-transformación y a la comercialización (incluido la venta al exterior). A este respecto, según los datos del Ministerio de Agricultura había al acabar 2022 un total de 5.773 actividades de elaboración de alimentos ecológicos y 2.797 empresas comercializadoras. El 76% estaba compuesto por empresarios mayoristas y el resto por minoristas. También aparecían en los registros de la agricultura ecológica 498 importadores y 332 exportadores. Por último, las entidades de producción acuícola ecológica eran 173, según los datos del Ministerio de Agricultura.

CONSUMO DE ALIMENTOS ECOLÓGICOS

Desde 2020, el Ministerio de Agricultura incluye, en su informe anual sobre el consumo de alimentos en los hogares españoles, datos sobre la compra de algunos productos ecológicos (no hay producción ecológica de todas las categorías de alimentos), que están debidamente identificados y certificados.

En 2022, el consumo disminuyó en volumen un 7,2 % con respecto a 2021, pero el gasto realizado sólo se redujo un 0,9 % como consecuencia del aumento del precio medio en un 3,9 %.

Durante 2022, los hogares españoles destinaron a la compra de alimentos ecológicos certificados (no se contabilizan aquellos que siendo ecológicos no tiene el correspondiente sello) el 3,4% del presupuesto medio asignado a la compra de alimentos y bebidas para el abastecimiento doméstico, lo que en la práctica equivalió a un gasto per cápita de 54,24 euros durante el año.

Asimismo, de todo el volumen de alimentos consumidos en los hogares en 2022, el 2,38% correspondió a los productos ecológicos. De este modo, cada español consumió 13,89 kilos de productos ecológicos en 2022, un 7,1% menos que lo consumido en 2021.

De todos los alimentos y bebidas ecológicos consumidos en los hogares, sólo cuatro consiguieron crecer en volumen durante 2022: el aceite, el vino, los cafés-infusiones y la bollería-pastelería.

En el informe del MAPA se indica que las frutas frescas ecológicas representan la parte mayoritaria del volumen de alimentos ecológicos (25%), aunque su peso en el valor de esos productos comprados en los hogares es muy inferior (13,7%). Estos productos aguantaron mejor que el resto la caída del consumo, pues el gasto aumentó en 2022.



Las hortalizas frescas son el segundo grupo de productos más consumido en volumen (representó el 17,1%), pero en 2022 registró una caída tanto del volumen como del valor. Por su parte, la carne ecológica (que en valor es de los productos que más representa en el conjunto del gasto) perdió ese año tanto en volumen (un 9,8% menos), como en facturación (4,7%).

Además de estos tres grupos de productos, también están entre los más consumidos el pan fresco, las patatas, las bebidas vegetales y los huevos.

Para las familias españolas, la tienda especializada siguió siendo en 2022 el principal canal de compra de alimentos ecológicos, con una cuota de mercado del 33,9%. En ese ejercicio, las tiendas aguantaron mejor que el resto de canales la caída de ventas de alimentos ecológicos.

Los hogares de Islas Baleares, Cantabria y Galicia tuvieron un consumo más intensivo de estos alimentos, al igual que sucedió un año antes. Más concretamente, los ciudadanos de Baleares fueron los que más alimentos ecológicos per cápita consumieron en sus hogares: 28,9 kilos por persona durante 2022, un total de 14,8 kilos por persona más que la media nacional. ■

ANDALUCÍA



En Andalucía había en 2022 algo más de 1.345.805 hectáreas en agricultura ecológica, de las que casi el 74,3% estaban calificadas de ecológico, el 5,3% en conversión y el 20,3% restante se encontraba en su primer año de prácticas ecológicas. De esa superficie, los cultivos en tierras arables ocupaban 193.754 hectáreas y los cultivos permanentes otras 276.081 hectáreas. Entre los primeros destacan los cereales (88.431 hectáreas), pero también son importantes los cultivos de hortalizas, legumbres y tubérculos. Por su lado, entre los cultivos permanentes destaca el olivar (117.237 hectáreas), seguido de los frutos secos (107.887 hectáreas). También contaban con una superficie importante destinadas a prados y pastos permanentes, así como también a dehesas (875.969 hectáreas).

Respecto a las actividades de producción, había registrados en 2022 un total de 18.057 productores agrícolas ecológicos, 1.229 ganaderos y 1.784 mixtos (agricultura y ganadería). Además, estaban activas una entidad de producción acuícola ecológica, 983 elaboradores, 356 comercializadores ecológicos, 120 importadores y 53 exportadores. Ese año, en la ganadería ecológica andaluza había registradas 2.817 explotaciones de bovino de carne (que contaban con 143.665 cabezas); 1.689 explotaciones de ovino de carne (421.440 cabezas) y 51 de ovino de leche (13.796 cabezas); 77 explotaciones de porcino (8.009 animales); 334 de caprino de carne (16.889 cabezas) y 143 de caprino de leche (29.941 animales). También había 173 granjas equinas; 103 dedicadas a la apicultura y 34 de aves de corral (principalmente gallinas de puesta). La producción de carne certificada como ecológica sumó 31.881 toneladas, la mayor parte de vacuno. Además de la carne, se produjeron importantes volúmenes de leche de cabra y oveja, así como también huevos y miel. Por su lado, la producción acuícola ecológica certificada fue de 278,4 toneladas (esturión principalmente).

Finalmente, las industrias ecológicas andaluzas relacionadas con producciones vegetales eran 3.354 en 2022, de las que 2.921 estaban vinculadas con la producción vegetal y 432 con la animal. Entre las primeras destacaron las dedicadas a la manipulación de frutas y hortalizas (1.307 en 2022) y a la elaboración de aceites (560) y a las bebidas (bodegas principalmente). Entre las ganaderas, destacaron las dedicadas a la elaboración de productos cárnicos (140).

ARAGÓN



En Aragón había en 2022 un total de 106.716 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 57% estaba calificada, el 34,7% en conversión y el restante 8,2% en su primer año de prácticas. Los cultivos ecológicos en tierras arables se extendían por casi 57.267 hectáreas y los permanentes por otras 22.824 hectáreas. Entre los primeros destacaban los cereales (28.488 hectáreas en 2022) y entre los segundos, los frutos secos (9.679 hectáreas) y el olivar (8.877 hectáreas). También contaba con unas 26.624 hectáreas dedicadas a pastos permanentes.

Ese año se encontraban en actividad 1.386 productores agrícolas ecológicos, 7 ganaderos y 69 mixtos (agricultura y ganadería). Además, había 184 elaboradores, 7 importadores y 39 comercializadores de productos ecológicos, todos mayoristas. En la ganadería ecológica estaban activas 65 explotaciones, de las que 25 eran de ovino de carne, 15 de vacuno de carne, 2 de caprino de carne, 1 de porcino, 15 de gallinas de puesta, 4 de ovino para la producción de leche, 2 de apicultura y 1 de caprino para leche. La producción de carne ecológica en 2022 sumó 2.243 toneladas, la mayor parte de porcino. Además, ese año también se produjeron huevos ecológicos y una pequeña cantidad de miel, entre otras producciones ganaderas.

En cuanto al sector industrial, había ese año 258 industrias registradas, de las que 226 estaban relacionadas con el sector vegetal y 32 con el ganadero. Entre las primeras destacaban las dedicadas a la manipulación y conserva de frutas y hortalizas (84), así como también las almazaras-ensadoras de aceites (28) y las bodegas (36). Por su parte, entre las del sector ganadero, la mitad eran empresas dedicadas a la elaboración de productos cárnicos.



ASTURIAS

La superficie asturiana en agricultura ecológica superó en 2022 las 14.315 hectáreas, de las que el 83,7% estaba calificado, el 4,4% en conversión y el restante 11,9% en su primer año de prácticas. La mayoría de la superficie ecológica estaba ocupada por

pastos (13.520 hectáreas en 2022). Dentro de las tierras arables (122 hectáreas) destacaron las tierras de cereales (52 hectáreas) y entre los cultivos permanentes, las 387 hectáreas de frutales (manzanos principalmente), las 111 hectáreas de bayas comestibles y las 110 de cultivos subtropicales.

Había ese año un total de 230 productores agrícolas ecológicos registrados; 205 ganaderos y 38 mixtos (agricultura y ganadería). Además, se encontraban en actividad 4 entidades de producción acuícola, 83 elaboradores, 2 importadores y 199 comercializadores de productos ecológicos.

Asturias contaba también en 2022 con 298 actividades ganaderas ecológicas registradas, de las que 178 eran de vacuno de carne (9.311 cabezas censadas); 47 de vacuno de leche (2.385 cabezas); 26 de ovino de carne (1.357 cabezas); 14 de caprino de carne (1.347 cabezas); 17 de équidos (224 cabezas); 3 de gallinas ponedoras (8.811 animales) y 9 de apicultura (1.587 colmenas).

En 2022 había inscritas 100 industrias vinculadas con las producciones vegetales ecológicas, de las que 39 se dedicaban a la manipulación y conservas de frutas y hortalizas, 17 eran de elaboración de productos de panadería y 20 de bebidas (sidra principalmente). Al margen de éstas, había también 51 industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, entre las que destacaron 22 dedicadas a la elaboración y conservación de productos cárnicos; 13 a la elaboración de otros productos de origen animal; 14 a productos lácteos y 2 a la elaboración y conserva de pescados y mariscos.

La producción de carne ecológica en 2022 ascendió a 397,7 toneladas, la mayor parte de vacuno. Además, ese año se produjeron 7.467 toneladas de leche cruda de vaca, así como también pequeñas cantidades de queso, yogur, miel y huevos ecológicos.



ISLAS BALEARES

La superficie de la agricultura ecológica en Islas Baleares se acercaba en 2020 a las 37.822 hectáreas, de las que el 88% estaban calificadas, el 5,3% en conversión y el restante 6,7%

en su primer año de prácticas. Entre los cultivos ecológicos arables destacaron los cereales (4.640 hectáreas en 2020) y entre los permanentes, los frutos secos (3.496 hectáreas). Había también 536 productores agrícolas

ecológicos, 1 ganadero y 266 mixtos. Además, estaban registrados 91 elaboradores, 4 importadores y 92 comercializadores de productos ecológicos.

En 2020 había 301 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacaban 140 dedicadas al ovino de carne, 47 al bovino de carne, 32 al porcino, 42 a la producción de huevos y 8 al caprino de carne.

Las industrias ecológicas baleares vinculadas a la producción vegetal eran en 2020 un total de 192. Los grupos más importantes eran los de elaboración de aceites y grasas vegetales (46) y elaboración de bebidas (32). También se encontraban en actividad otras 43 industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, de las que 22 estaban dedicadas a la elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos, 10 a la elaboración de productos lácteos y 11 a otros productos de origen animal.

La producción de carne ecológica en 2020 sumó 133,5 toneladas, entre porcino, ovino, aves y vacuno. También se produjeron ese año huevos, leche (vaca, cabra y oveja), quesos y miel.

CANARIAS



En Canarias había en 2022 algo más de 8.328 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 91,4% estaban calificadas y el resto se encontraba en conversión.

Dentro de los cultivos permanentes destacaron ese año las casi 1.064 hectáreas de plataneras y frutales subtropicales (una superficie muy superior a la que había en el año anterior) y las 470 hectáreas de viñedos.

Por su lado, entre los cultivos arables sobresalieron las tierras de hortalizas, con una superficie de 284,6 hectáreas (también más que un año antes).

En esta comunidad autónoma estaban activos y registrados al acabar 2022 un total de 1.914 productores agrícolas ecológicos, 22 ganaderos y 70 mixtos (agricultura y ganadería). Asimismo, también había 264 elaboradores, 17 importadores y 287 comercializadores de alimentos ecológicos. Ese año constaba en los registros un único productor de acuicultura ecológica.

Además, estaban en actividad 112 actividades ganaderas ecológicas, entre las que destacaron 47 de produc-

ción de huevos, 7 de ovino de leche, 13 de caprino de leche y 29 de apicultura.

Las industrias ecológicas canarias vinculadas a las producciones vegetales eran 231 y de ellas, 101 trabajaban con frutas y hortalizas frescas; 43 estaban dedicadas a la elaboración de bebidas (vino fundamentalmente) y 48 a la elaboración de otros productos. Además, había también otras 33 industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, de las que 18 se dedicaron a diferentes productos alimenticios de origen animal, básicamente a manipulación y envasado de huevos; 12 a la producción de carnes y productos cárnicos y 3 a los productos lácteos.

La producción de carne ecológica canaria sumó 40,7 toneladas certificadas en 2022, la mayor parte de vacuno. También se produjo una tonelada de plantas acuáticas en acuicultura y además, ese año se sacaron al mercado pequeñas cantidades de leche de oveja y cabra, así como quesos, miel y huevos ecológicos.

CANTABRIA



La superficie de agricultura ecológica en Cantabria se acercaba en 2022 a las 3.436 hectáreas, de las que el 90,4% estaban ya calificadas como ecológicas (el resto estaba en proceso de calificación). La mayor parte de esa superficie eran pastos permanentes (3.224 hectáreas), pero también había 52 hectáreas eran

de cultivos arables y 160 de cultivos permanentes (frutos secos y frutales principalmente).

En 2022 se encontraban en activo 95 productores agrícolas ecológicos, 98 ganaderos y 10 mixtos (agricultura y ganadería). Asimismo, también estaban registradas 3 operadores en acuicultura, 75 elaboradores, 5 importadores, 2 exportadores y 24 comercializadores de alimentos ecológicos.

En Cantabria estaban registradas ese año un total de 137 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacaron 64 de vacuno de carne, 29 de vacas lecheras, 19 de équidos, 9 de ovino de carne, 2 de caprino de carne, 5 de huevos y 7 de apicultura.

Había también en 2022 un total de 45 industrias ecológicas vinculadas con las producciones vegetales y otras 45 con las animales. Entre las primeras sobresa-

lían las de panadería y panificación (10 en total), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (25) y las de elaboración de bebidas (6), mientras que entre las segundas (animales), las más numerosas eran las de manipulación y conservación de pescados, crustáceos y moluscos (15), las de otros productos alimenticios (14), las de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos (9) y las lácteas (6).

La producción de carne ecológica se redujo hasta 53,6 toneladas, la mayor parte de vacuno. También hubo una gran producción de leche cruda de vaca (7.117 toneladas, volumen muy inferior al de un año antes), así como también de quesos, yogur y huevos ecológicos. Finalmente, la producción acuícola ecológica fue muy pequeña y se centró en las plantas acuáticas comestibles.

CASTILLA-LA MANCHA

En Castilla-La Mancha había al acabar 2022 un total de 438.467 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 81,3% estaba ya calificada, el 13% en conversión

y el 5,7% en su primer año de prácticas. También contaban con 53.873 hectáreas de prados, pastos y dehesas.

Los principales cultivos arables fueron los cereales (66.667 hectáreas en 2022), las plantas para alimentación animal y las legumbres, mientras que entre los cultivos permanentes sobresalieron el olivar (74.875 hectáreas) y los viñedos (64.292 hectáreas). En esta comunidad había 9.641 productores agrícolas ecológicos, 36 ganaderos y 168 mixtos (agricultura y ganadería). Además, existía una actividad acuícola, así como también 346 elaboradores, 3 importadores, 2 exportadores y 80 comercializadores de productos ecológicos y una entidad de producción acuícola.

Igualmente, estaban registradas 404 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacaban 193 de vacuno de carne; 110 de ovino de carne, 32 de caprino de carne, 18 de caprino de leche; 11 de aves de puesta y 19 de apicultura.

Había al acabar 2022 un total de 662 industrias ecológicas vinculadas con las producciones vegetales y otras 54 con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas fueron las de manipulación de frutas y

CASTILLA-LA MANCHA



hortalizas (167 registradas, cifra muy inferior a la del año precedente), elaboración de bebidas (246, bodegas principalmente) y elaboración de aceites (123). En el grupo de las segundas (empresas ganaderas) destacaron las dedicadas a la producción de productos alimenticios de origen animal (25), las de elaboración y conservación de productos cárnicos (13) y las lácteas (14). La producción de carne ecológica en 2021 ascendió a 1.621 toneladas, de las que un 50% era vacuno y un 40% ovino. La producción acuícola ecológica fue en 2022 de 225,87 toneladas (trucha arco iris principalmente). Asimismo, se produjeron huevos, quesos, miel, yogures y un volumen importante de leche cruda de cabra y oveja. (1.450 toneladas y 1.317 toneladas, respectivamente).

CASTILLA Y LEÓN



La superficie de agricultura ecológica llegaba en 2022 a las 88.234 hectáreas, de las que el 72,3% estaban calificadas y el resto en proceso de conversión. Los cultivos ecológicos con mayores extensiones en esta región fueron los cereales (14.733 hectáreas), las legumbres secas (6.543 hectáreas), los viñedos

(12.111 hectáreas) y los cultivos industriales (5.156 hectáreas). También contaban con 28.618 hectáreas, entre prados, pastos y dehesas calificados como ecológicos.

Había ese año un total de 1.417 productores activos agrícolas ecológicos, 59 ganaderos y 97 mixtos (agricultura y ganadería). Además, estaban registrados 263 elaboradores de alimentos ecológicos, 2 importadores y 49 comercializadores.

Igualmente, contaban con actividad 181 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacaban las 49 dedicadas a la apicultura; las 63 de vacuno de carne; las 18 destinadas a la producción de huevos; las 23 de ovino de carne; las 5 de ovino de leche y las 4 de caprino de leche. El censo de colmenas, que era el más alto de España en producción ecológica, ascendía a 19.900 unidades.

En cuanto a la industria, había registradas al finalizar 2022 un total de 351 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales y 121 a las animales. Dentro de las primeras, las más numerosas fueron las de elaboración de bebidas (161, bodegas en su mayor parte), seguidas por las de manipulación de frutas y hortalizas (76) y las de otros productos alimenticios (57). Entre las

ganaderas destacaron las dedicadas a la elaboración y conservación de productos cárnicos (59); las dedicadas a "otros productos cárnicos" (40) y las del sector lácteo (17). Por su parte, la producción de carne ecológica certificada en 2022 ascendió a 1.142 toneladas, entre vacuno, porcino y aves principalmente. Este volumen fue muy superior al del año anterior. Además de carne, se produjeron con certificado ecológico huevos, miel y leche de oveja, cabra y vaca.

CATALUÑA



En Cataluña había en 2022 un total de 272.882 hectáreas de agricultura ecológica, de las que un 82,3% estaban calificadas y el resto en conversión. También contaban con 200.965 hectáreas de prados, pastos y dehesas, la segunda superficie en extensión por detrás de Andalucía.

Por su superficie, destacaron los cultivos de viñedos (29.082 hectáreas), las plantas para alimentación animal (10.558), el olivar (9.801), los cereales (7.762) y los frutos secos (4.310). En 2022 había en Cataluña 3.566 actividades agrícolas ecológicas, 19 actividades ganaderas y 767 mixtas (agricultura-ganadería). Además, aparecían inscritos en los registros oficiales 1.547 elaboradores, 158 importadores, 85 exportadores (el doble que un año antes) y 728 comercializadores de alimentos ecológicos.

Las explotaciones ganaderas ecológicas en 2022 crecieron hasta llegar a 1.098 y, además, Cataluña fue la única comunidad con representación de todas las cabañas, conejos y caracoles incluidos. Del total de explotaciones, 593 eran de vacuno de carne; 106 de ovino de carne; 121 de equino y 122 de aves de corral, la mayor parte de gallinas ponedoras.

En 2022, las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales eran 1.305, muy por encima de la cifra del año precedente, a las que había que añadir otras 275 relacionadas con las producciones animales. Entre las primeras sobresalían las de elaboración de bebidas (393, principalmente bodegas de vino y cava), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (284) y las de elaboración de otros productos alimenticios de origen vegetal no especificado (300).

Entre las ganaderas, había 151 dedicadas a la elaboración y conservación de productos cárnicos; 84 elaboradoras de otros productos de origen animal y 35 industrias del sector lácteo. La producción de carne ecológica certificada aumentó hasta las 1.325 toneladas, la mayor parte de vacuno, aunque también produjeron carne de porcino, ovino, caprino, aves y equino. Igualmente, hubo una importante producción de leche cruda de vaca, así como también de huevos ecológicos y miel.

COMUNIDAD VALENCIANA



En la Comunidad Valenciana había registradas al acabar 2022 un total de 153.779 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 77% estaban calificadas y el resto en proceso de conversión. También contaban con 69.269 hectáreas de prados, pastos y dehesas.

Los principales cultivos por extensión eran los viñedos (17.379 hectáreas), los frutos secos (17.270 hectáreas, la mayoría de almendros), el olivar (7.198) y los cereales (4.457). Había ese año 3.576 productores agrícolas ecológicos registrados, 16 ganaderos y 19 mixtos (agricultura-ganadería), además de una entidad de acuicultura ecológica, 541 elaboradores, 100 importadores, 178 exportadores y 490 comercializadores de productos ecológicos.

También contaba la Comunidad Valenciana con 35 explotaciones ganaderas ecológicas en activo al acabar 2022, de las que 8 eran de vacuno de carne; otras 8 se dedicaban a la producción de huevos; 7 a la apicultura; 5 al ovino de carne y 5 más al caprino de carne.

Asimismo, registraron actividad 1.744 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales y 190 a producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas fueron las dedicadas a "otros productos alimenticios" (545), seguidas de las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (794); las de elaboración de bebidas (144, bodegas principalmente); las de panificación y molinería (143) y las de aceite (89). Dentro del segundo grupo de industrias (las del sector ganadero) había ese año 121 dedicadas a la elaboración y conservación de productos cárnicos; 65 a otros productos alimenticios de origen animal y 2 a productos lácteos. Aunque no se produjo carne certificada como ecológica, sí se recogieron cantidades representativas de huevos y miel.

EXTREMADURA

En Extremadura había en 2022 algo más de 109.879 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 84,7% estaban calificadas y el resto en conversión. Dentro de los cultivos destacaron el olivar (30.021 hectáreas en 2022), los cereales (6.504), los viñedos (2.007), los frutos secos (2.452), los frutales (1.080) y las frutas subtropicales (1.281 hectáreas). Además, Extremadura tenía 57.968 hectáreas ecológicas de dehesas (más del 50% del total nacional), así como también tierras de pastos y praderas permanentes.



En 2022 había inscritos 2.691 productores agrícolas ecológicos, 91 ganaderos y 152 mixtos (agricultura y ganadería). Se encontraban también en activo 222 elaboradores; 3 importadores; 7 exportadores y 92 comercializadores de alimentos ecológicos.

En los registros de ese año estaban inscritas 351 actividades ganaderas ecológicas, entre las que destacaban 161 de vacuno de carne, 109 de ovino de carne, 24 de équidos, 21 de caprino de carne y 12 de porcino.

Las industrias ecológicas extremeñas vinculadas a las producciones vegetales fueron 232 y las relacionadas con las producciones animales, 32. Entre las primeras sobresalían las dedicadas a la manipulación de frutas y hortalizas (95), las de elaboración de aceites (64), las de otras producciones (340) y las dedicadas a la elaboración de bebidas (24, la mayoría bodegas). Entre las segundas (ganaderas) había 17 de elaboración y conservación de carne y productos cárnicos; 7 de elaboración de otros productos de origen animal y 6 lácteos.

En 2022, la producción de carne ecológica certificada fue de 3.009 toneladas, la mayor parte de vacuno, aunque también hubo producción de carne de porcino, ovino, caprino y aves. Asimismo, se contabilizó una producción pequeña de leche cruda de vaca, así como también de huevos y miel.

GALICIA

En Galicia estaban registradas en 2022 cerca de 45.637 hectáreas en agricultura ecológica, de las que un 65% eran ya tierras calificadas y el resto estaba en proceso de conversión. Los prados y pastos ecológi-



cos sumaron 37.113 hectáreas. Las plantas cosechadas en verde para la alimentación animal es el principal cultivo arable y en 2022 ocupó una superficie de 1.393 hectáreas. Por su lado, entre los cultivos permanentes destacaron por su superficie los frutos secos (2.417 hectáreas, muchas de ellas de castaños) y los llamados “otros cultivos permanentes” (3.179 hectáreas).

Ese año se encontraban activos y registrados 380 productores agrícolas ecológicos, 442 ganaderos y 86 mixtos (agricultura y ganadería). Además, había 160 entidades de producción acuícola (92% del total nacional), 238 elaboradores, 15 importadores, 5 exportadores y 98 comercializadores de productos ecológicos.

Las explotaciones ganaderas ecológicas eran 597, entre las que destacaban 295 dedicadas al vacuno de carne; 122 de vacuno de leche; 35 de apicultura; 43 de ovino de carne; 34 de aves de carne y 60 de producción de huevos de gallina.

En 2022, estaban activas 206 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales, entre las que se incluyen 69 de manipulación y conserva de frutas y hortalizas; 40 de panadería-bollería; 40 de bebidas (vinos y licores) y 40 más de “otros productos alimenticios”.

Había también 145 industrias ecológicas vinculadas a producciones animales. Dentro de este grupo de empresas, las más numerosas eran las de pescados, crustáceos y moluscos (43 en total), seguidas de las de elaboración de productos cárnicos (46) y las lácteas (20). Las producciones acuícolas ecológicas fueron en 2022 muy importantes para Galicia. Se produjeron ese año 2.144 toneladas de mejillones y 635 toneladas de plantas acuáticas, entre otras. Ese año también se certificaron 2.596 toneladas de carne ecológica (principalmente de aves, porcino y vacuno), un volumen muy por debajo del alcanzado un año antes. Igualmente, se registró la producción de leche (26.495 toneladas de leche cruda de vaca y 19.805 toneladas de leche de consumo directo), quesos (125,4 toneladas), nata, mantequilla, yogur, miel y huevos.

LA RIOJA

La superficie riojana de agricultura ecológica llegaba en 2022 a 6.442 hectáreas, de las que 3.732 estaban

calificadas; 1.851 en conversión y 858 en su primer año de prácticas ecológicas. Los principales cultivos ecológicos son los viñedos (2.017 hectáreas en 2022), los frutos secos (1.380 hectáreas) y el olivar (774 hectáreas). Ese año se encontraban censados 373 productores agrícolas ecológicos, 3 ganaderos y 3 mixtos (agricultura y ganadería), a los que se sumaron una entidad de producción acuícola, 124 elaboradores y 25 comercializadores de alimentos ecológicos. Había también 4 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 3 eran de apicultura (776 colmenas censadas) y una de porcino (952 cabezas).

En La Rioja estaban inscritas al acabar el año 137 industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales y otras 20 con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas fueron las de elaboración de bebidas (69, principalmente bodegas), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (42) y las de elaboración de aceites (12). Dentro de las industrias ganaderas había un total de 10 dedicadas a la elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos y 8 a la elaboración de otros productos de origen animal y 2 a la elaboración de pescados y moluscos. Hubo ese año también una pequeña producción acuícola certificada como ecológica (truchas arco iris). Asimismo, la producción de carne ecológica (porcino) disminuyó hasta las 148,7 toneladas y ese año también hubo producción de huevos de gallina y miel ecológica.



COMUNIDAD DE MADRID



La superficie madrileña en agricultura ecológica llegaba en 2022 a 13.662,3 hectáreas, de las que el 91% se encontraban totalmente calificadas y el resto en proceso de conversión. Los principales cultivos ecológicos en Madrid son el olivar (4.134 hectáreas censadas en 2022), los cereales (684 hectáreas), los viñedos (603) y las legumbres secas (103,2).

Los productores ecológicos agrícolas con actividad eran 285 y los ganaderos 24. Además también esta-

ban registrados 131 elaboradores, 33 importadores y 34 comercializadores de productos ecológicos. Al acabar 2022 se encontraban dadas de alta 25 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 11 eran de vacuno de carne; 9 se dedicaban a la apicultura; una al vacuno de leche; una al ovino de carne; una al caprino de leche; una al caprino de carne y una más a las gallinas ponedoras.

Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales que había en Madrid eran 164, mientras que otras 23 estaban vinculadas a las producciones animales. Entre las primeras destacaron 60 dedicadas a la elaboración de "otros productos de origen vegetal" no especificados por el Ministerio de Agricultura; 40 se dedicaban al sector de panadería y la harina; 41 a la manipulación y conservación de frutas y hortalizas; 9 a las bebidas (bodegas de vino en su mayoría) y 10 más al sector de la elaboración de aceites.

Dentro de las industrias ganaderas, había 11 dedicadas a la elaboración de carne; 9 a otros productos; 2 al sector lácteo y una a la elaboración de conservas de pescado y moluscos. En el año 2022 se produjeron en Madrid 57,4 toneladas de carne ecológica certificada de vacuno, un volumen notablemente más bajo que el de un año antes. Además, también se certificaron las producciones de leche de vaca (3.121 toneladas de leche cruda y 3.121 toneladas de leche de consumo directo), leche cruda de cabra (853 toneladas), quesos, yogur y miel, entre otras producciones ganaderas.

REGIÓN DE MURCIA



En la Región de Murcia había al acabar 2022 cerca de 117.893 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 73,4% estaban ya calificadas y el resto estaba en proceso de calificación. Los principales cultivos ecológicos en esta comunidad son los frutos secos (51.769 hectáreas en 2022, una cifra muy superior a la del año anterior), los cereales (13.685), los viñedos (13.649), el olivar (6.162), las hortalizas frescas (4.672) y los cítricos (6.169).

Ese año había registrados 4.584 productores agrícolas con actividad; 8 ganaderos y 3 mixtos (que se dedicaban tanto a la agricultura como a la ganadería). La cifra

total de actividades ese año fue muy superior a la del pasado. Junto a la cifra de productores había ese año un total de 366 elaboradores de productos ecológicos; 8 importadores y 105 comercializadores. Igualmente, la Región de Murcia contaba con 11 actividades ganaderas ecológicas registradas en 2022: 2 dedicadas al caprino de leche; 7 a la apicultura; una al porcino y una más al vacuno de carne.

Las industrias ecológicas murcianas relacionadas con las producciones vegetales aumentaron en 2022 hasta llegar a 481, mientras que ese año había también otras 15 vinculadas con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas fueron las de manipulación de frutas y hortalizas (301); las de elaboración de "otros productos alimenticios" (92); las de elaboración de bebidas (46, principalmente bodegas) y las de aceites (21). Dentro de las industrias ganaderas, las principales fueron las dedicadas a la elaboración de productos alimenticios de origen animal (11 en total) y las de productos lácteos (4). Finalmente, ese año se produjeron 850 toneladas de leche cruda de cabra; 250 toneladas de leche para consumo directo; 145 toneladas de quesos; 200 toneladas de yogures, 3,2 toneladas de miel y una tonelada de mantequilla certificada como ecológica.

NAVARRA

La superficie navarra en agricultura ecológica ascendía en 2022 a 66.736 hectáreas, de las que el 88,6% estaban ya calificadas y el resto en el proceso de certificación. Por cultivos, destacan los cereales (5.582 hectáreas en 2022), las plantas cosechadas en verde para la alimentación animal (1.556), los viñedos (1.655), el olivar (878) y las hortalizas frescas (479). La región contaba también con 49.353 hectáreas de prados, praderas y pastizales.



Ese año había en Navarra 556 productores agrícolas ecológicos; 6 ganaderos y 71 mixtos (agricultura-ganadería). Igualmente, contaban con 184 elaboradores; 10 importadores y 49 comercializadores de alimentos ecológicos.

Las explotaciones ganaderas ecológicas registradas al acabar 2022 llegaron a 172, entre las que había 43 de équidos (1.542 cabezas censadas ese año); 38 de ovino de carne (2.218 cabezas); 44 de vacuno de car-

ne (1.950 cabezas); 10 de huevos (30.620 gallinas); 8 de ovino de leche (1.415 cabezas) y 14 de caprino de carne (586 cabezas).

Las industrias ecológicas navarras relacionadas con producciones vegetales eran al acabar ese año 147, mientras que otras 37 se vinculaban con producciones animales. Entre las primeras había 60 dedicadas a la manipulación y conservación de frutas y hortalizas; 34 a la elaboración de bebidas (bodegas en su mayoría) y 16 a la panadería y a las industrias harineras.

En el grupo de industrias ganaderas se incluyen las de elaboración de productos cárnicos (18); las de otros productos de origen animal (11) y las de productos lácteos (7). Asimismo, la producción de carne ecológica certificada en 2022 aumentó hasta 214,8 toneladas (vacuno, pollo y equino principalmente). Igualmente, se produjeron cantidades importantes de leche cruda de oveja, quesos, yogur, huevos y miel.

PAÍS VASCO

En el País Vasco estaban registradas en 2022 un total de 9.104 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 64,8% estaba calificada y el resto se encontraba en proceso de calificación. La superficie destinada a pastos ocupó ese año 5.975 hectáreas (unas mil más que un año antes), aunque los principales cultivos ecológicos



vascos fueron los viñedos (1.239 hectáreas), los frutales (383 hectáreas), las hortalizas (234 hectáreas), los cereales (231,7 hectáreas) y las plantas para la alimentación animal (120 hectáreas). Se encontraban en actividad al acabar ese año 399 productores agrícolas ecológicos, 59 ganaderos y 79 mixtos (agricultura y ganadería). Además, había también 125 elaboradores, 12 importadores y 44 comercializadores de alimentos ecológicos.

Las explotaciones ganaderas ecológicas registradas al acabar 2022 eran 161, entre las que destacaban 61 de vacuno de carne (con un censo de 2.815 cabezas); 23 de ovino de carne (1.314 cabezas); 20 dedicadas a la producción de huevos (31.768 gallinas); 21 de équidos (439 cabezas); 8 de vacuno de leche (365 cabezas) y 11 de ovino de leche (2.243 cabezas). Igualmente, había registradas 6 explotaciones apícolas dedicadas a la producción de miel.

Las industrias ecológicas del País Vasco relacionadas con las producciones vegetales ascendían en 2022 a 197, mientras que otras 53 estaban vinculadas con las producciones animales. Entre las primeras había 74 dedicadas a la elaboración de bebidas (bodegas en su mayor parte); 53 a la manipulación de frutas y hortalizas y 45 a la panadería e industrias harineras. Dentro de las segundas (empresas ganaderas) destacaron las lácteas (22); las de carnes y productos cárnicos (14) y las de elaboración de productos pesqueros (10). En 2022, la producción de carne ecológica aumentó con respecto al año anterior hasta 96,2 toneladas, la mayor parte de ellas de vacuno. Asimismo, se produjeron huevos ecológicos, miel, quesos y leche cruda de vaca (1.095 toneladas), oveja y cabra. ■

INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2023 mercasa



ANDALUCÍA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Agraria Final (PFA) total alcanzó un valor en el año 2022 de 15.811 millones de euros, según los datos de la Junta de Andalucía, una cifra superior en un 10,2% a la del año anterior. A ese valor contribuyeron la Producción Final Vegetal (PFV) con 12.947 millones de euros (un 8,5% más) y la Producción Final Animal con 2.483 millones de euros, un 20,1% más que un año antes (valores corrientes a precios básicos).

Asimismo, el valor de la Producción de Servicios experimentó en 2022 un incremento (su valor fue 173,1 millones de euros) y el valor de las Actividades Secundarias, aumentó un 2,3%, hasta los 207,3 millones de euros.

Para los Consumos Intermedios, la Junta de Andalucía estimó por su lado un aumento del valor del 28,2% respecto al valor del año 2021.

Con estos datos, el valor de la Renta Agraria 2022 en Andalucía experimentó un aumento del 1,4% respecto del año anterior, hasta llegar a los 10.404,5 millones de euros, según estimaciones de la Junta. Este valor es el más alto de todas las CC.AA y representa aproximadamente el 37% del valor de la renta agraria estatal.

Dentro de la producción vegetal, el sector que más aporta y con mucha diferencia, a la renta agraria regional es el aceite de oliva. Para la renta de 2022 se utilizan los datos de la campaña 2021/2022 y por eso se consiguió un incremento del valor generado del 31,2% hasta alcanzar los 2.859,8 millones de euros. Este sector del aceite aportó más que todo el sector ganadero en su conjunto, que también tuvo mejores resultados que un año antes (su valor aumentó un 20% hasta los 2.483 millones de euros).

Andalucía lidera la producción de aceite a nivel mundial y en la campaña 2021/2022 incrementó notablemente su producción hasta superar los 1,15 millones de toneladas. Al valor generado por el aceite de oliva habría que sumar el que aportan las aceitunas de mesa, que en 2021/2022 disminuyó. Asimismo, en la campaña 2022/2023 los resultados fueron muy malos tanto para la aceituna de mesa, como para el aceite de oliva.

A efectos de calcular la renta agraria también se disparó en 2021 el valor generado por el sector del vino (8,4% hasta los 47,1 millones de euros). La producción regional de vino, que en buena medida está amparada por marcas de calidad diferenciada, superó los 650.300 hectolitros.

Del mismo modo, también aumentó el valor generado por el subsector de

la patata (12,7%, hasta los 113,7 millones); el de las hortalizas (20,8% hasta los 4.495,9 millones de euros), el de las plantas de vivero y ornamentales, el de los cereales, las oleaginosas, la remolacha azucarera y otros cultivos industriales.

Sin embargo, el sector de las frutas registró ese año resultados negativos, en cuanto al valor generado a efectos de la renta agraria. En concreto, se produjo una caída del 16,3% respecto al año anterior en el valor generado (3.333,4 millones de euros), que fue especialmente negativo en el caso de los cítricos, las frutas frescas y las aceitunas de mesa (que se incluyen en este grupo).

Andalucía es la primera región productora de trigo duro de España y entre las hortalizas, lidera con sus cosechas de pimiento, pepino, calabacín, sandía o fresa. En cuanto a la ganadería, aunque cuenta con importantes producciones en todas las cabañas, lidera a nivel nacional en el caso de la cabañas avícola (pollos) y las caprina (tanto para carne como para leche).

En cuanto al comercio exterior, en 2021 Andalucía fue la segunda región exportadora de productos agroalimentarios de España. Más en concreto, el valor de las exportaciones agroalimentarias andaluzas superó los 14.490 millones de euros, un 13,2% más que en el año anterior. Las exportaciones agroalimentarias de Andalucía representaron el 21,3% del total nacional.

PESCA EN ANDALUCÍA

Según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en Andalucía la flota pesquera estaba compuesta en 2022 por 1.419 embarcaciones, el

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2021	2022
ACEITE DE OLIVA	1.152,4	510,72
ACEITUNA DE MESA	458,2	354
TRITICALE	81	96,7
AGUACATE	71,4	49
AJOS	125,6	54,6
ALMENDRAS CÁSCARA	182	89,30
ARROZ CÁSCARA	230,8	249,6
BERENJENAS	57,1	49
BRÓCOLI	530,4	518,8
CALABACÍN	244	177,8
CEBADA	218,4	123,5
CEBOLLAS	18,7	17,2
CIRUELAS	42,2	41,3
COLIFLOR	44,4	44,3
ESPÁRRAGO	48,3	44,9
FRESAS-FRESONES	350,7	314,8
FRAMBUESA	22,93	21
GARBANZOS	267,5	279,4
GIRASOL	31,6	31,7
JUDÍAS VERDES	391,9	294,9
LECHUGAS	122,3	91,4
LIMONES	91,6	57,5
MAÍZ	562,6	500
MANDARINAS-CLEMENTINAS	35,4	34,4
MELOCOTONES	197,7	147,3
MELONES	1.772,4	1.307,37
NARANJAS	29,7	29
NECTARINA	317,5	301,2
PATATAS	671,6	628,2
PEPINOS	1.068,3	1.123,7
PIMIENTOS	28,9	23,3
POMELO	531,2	301,5
REMOLACHA AZUCARERA	833,9	530,3
SANDÍAS	1.713	1.361,3
TOMATES	920,7	705,3
TRIGO	191,1	122,8
UVAS DE MESA	7,5	9,1
VINOS (miles de hl.)	820,0	659,3
ZANAHORIAS	163	157,7
CARNE DE PORCINO	310,9	281,8
CARNE DE VACUNO	27,5	28,46
CARNE DE OVINO	7,7	6,7
CARNE DE CAPRINO	3,84	4,5
CARNE DE AVES	406,2	383,3
LECHE DE CABRA	218	203,18
LECHE DE OVEJA	5,3	11,49
LECHE DE VACA	574,7	552,7
HUEVOS (Millones de docenas)	50,4	46

FUENTE: MAPA

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ANDALUCÍA (Millones de Euros)		
Subsectores	ANDALUCÍA Cifra de Negocio	% ANDALUCÍA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	15.620	12,6
Industria cárnica	2.333,464	8
Industria de Pescado	435,274	7
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	1.635,242	15
Aceites y Grasas	5.324,623	56
Productos Lácteos	574,069	6
Molinería y almidones	786,23	21
Panadería y pastas alimenticias	967,785	11
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	100,347	3
Café, Té e infusiones	41,933	2
Especias, salsas y condimentos	182,874	14
Platos y comidas preparadas	54,937	2
Preparados alimenticios homogeneizados	33,039	3
Otros productos alimenticios	172,51	7
Productos alimentación animal	898,247	6
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	319,786	30
Vinos	317,04	5
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	462,48	14
Bebidas no alcohólicas	866,734	18

FUENTE: MAPA. Datos de 2020

ANDALUCÍA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	534	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	79	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	340	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	791	
Fabricación de productos lácteos	182	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	57	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	2.541	
Fabricación de otros productos alimenticios	559	
Fabricación de productos para alimentación animal	80	
Fabricación de bebidas	423	
TOTAL	5.586	

FUENTE: INE.

16,4% del total nacional, con un arqueo de 29.175 GT (9,11% del total español), una potencia de 101.075 KW (133% del total). La antigüedad media de todos estos buques era de 31 años y la eslora promedio de 12,04 metros. En Andalucía hay 38 puertos pesqueros y 25 lonjas activas (hay una más que no tiene actividad). En 2022 había también 12 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional.

La producción pesquera comercializada en las lonjas andaluzas llegó en 2021 (último dato disponible)

hasta cerca de 53 millones de kilos de mariscos y pescados, por un valor de 182 millones de euros (valores muy superiores a un año antes). La partida más importante fue la de peces, seguida por la de moluscos y crustáceos. Las producciones acuícolas andaluzas rondaron las 10.000 toneladas (lubinas, trucha y doradas principalmente). En concreto, la producción de lubina fue la mayor de España. Por otro lado, según datos del INE, en 2022 había un total de 78 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ANDALUCÍA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ANDALUCÍA	107.225	21.437	2.645	992	887	75	8.998
ANDALUCÍA/ESPAÑA (%)	19,7	20,3	20,2	17,4	18,8	14,6	21,9

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Andalucía es la primera comunidad autónoma en cuanto a población –8.519.106 habitantes, un 18,0% sobre el total nacional– y la segunda en superficie, con 87.591 km², un 17,4% del total nacional. Sevilla, Málaga y Cádiz superan el millón de habitantes. En función del gasto medio por persona, los consumidores andaluces cuentan con un poder de compra inferior en cerca de un 9,8% a la media nacional.

En Andalucía hay 107.225 locales comerciales minoristas y, de forma concreta, 21.437 especializados

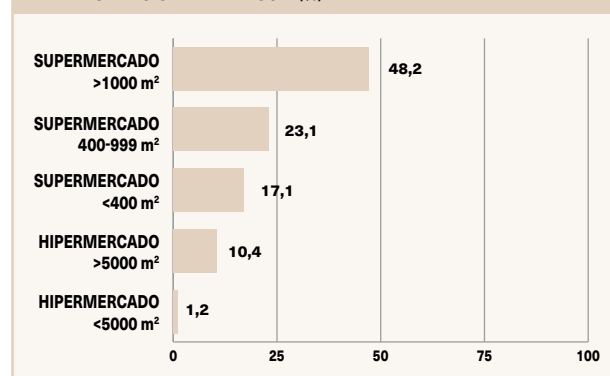
en la venta de alimentación y bebida. Destaca Sevilla que tiene el 22,3% de estos locales; Málaga, el 20,2% y Cádiz, el 14,3%. En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 4.524 supermercados y 75 hipermercados. Estos 4.599 establecimientos ocupan 2.655.729 m² y suponen una densidad comercial de 311,7 m² cada 1.000 habitantes. Andalucía cuenta con 8.998 actividades para comercio en puestos y mercadillos, un 21,9 % sobre el total nacional, lo que convierte a esta comunidad autónoma en la primera de España en cuanto a venta ambulante.

CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2022, Andalucía registró un gasto per cápita en alimentación de 1.405,8 euros (un -12,0% inferior a la media nacional). Carne (18,0%), pescado (12,2%), frutas frescas (8,9%), derivados lácteos (9,2%), hortalizas frescas (6,4%), pan (4,7%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,9%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Andalucía cuentan con un gasto superior en cervezas (11,3%), patatas (1,4%), y bebidas refrescantes y gaseosas (9,3%) mientras que, por el contrario, gastan menos en otras partidas como, por ejemplo, vino (-17,4%), frutas frescas (-17,5%), carne (-16,5%) o bollería, pastelería, galletas y cereales (-20,9%).

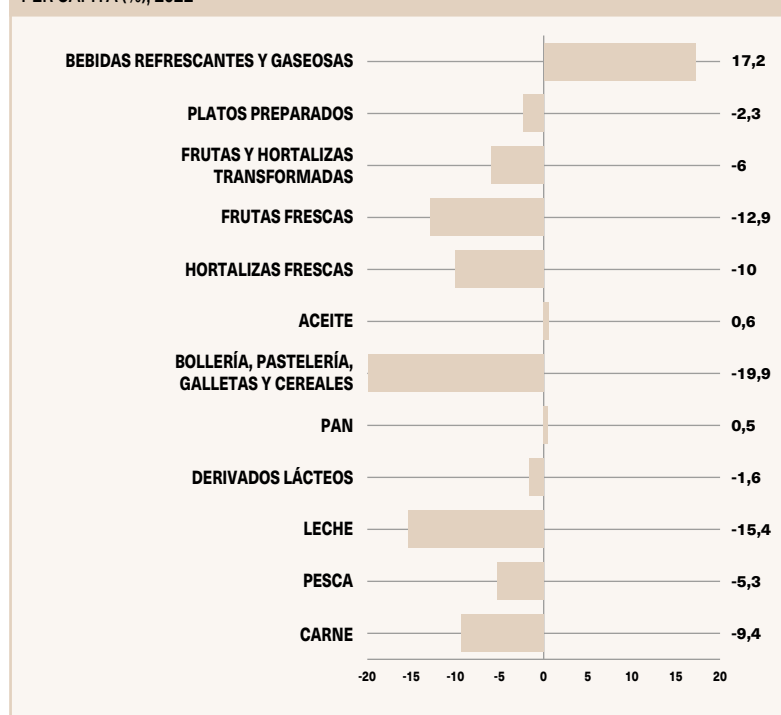
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ANDALUCÍA (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ANDALUCÍA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	22,1	1,6	-8,2
CARNE	253,4	18,0	-16,5
PESCA	171,5	12,2	-10,5
LECHE	45,4	3,2	-16,8
DERIVADOS LÁCTEOS	120,7	8,6	-10,6
PAN	66,4	4,7	-5,6
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	54,3	3,9	-20,9
CHOCOLATES Y CACAOS	23,6	1,7	-12,7
ACEITE	37,6	2,7	-2,3
VINO	19,2	1,4	-17,4
CERVEZAS	33,4	2,4	11,3
ZUMO Y NÉCTAR	07,4	0,5	-8,9
PATATAS	29,2	2,1	1,4
HORTALIZAS FRESCAS	90,2	6,4	-15,7
FRUTAS FRESCAS	129,2	9,2	-17,5
FRUTOS SECOS	21,2	1,5	-19,0
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,8	1,8	-13,5
PLATOS PREPARADOS	74,7	5,3	-5,8
CAFÉS E INFUSIONES	25,8	1,8	-17,1
AGUA MINERAL	11,0	0,8	-11,2
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	41,2	2,9	9,3
OTROS PRODUCTOS	102,4	7,3	-10,1
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.405,8	100,0	-12,0

DESVIACIÓN DE ANDALUCÍA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



En términos medios, durante el año 2022 cada persona en Andalucía consumió 121 huevos, 35,4 kilos de carne, 18,1 kilos de pescado, 55,4 litros de leche, 32,2 kilos de derivados lácteos, 28,1 kilos de pan, 10,4 litros de aceite, 25,8 litros de cerveza, 45,2 kilos de hortalizas frescas, 70,3 kilos de frutas frescas, 16,0 kilos de platos preparados, 58,7 litros de agua embotellada y 43,3 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Andalucía se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas (17,2%), pan (0,5%) y aceite (0,6%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bollería, pastelería, galletas y cereales (-19,9%), leche (-15,4%), frutas frescas (-12,9%), hortalizas frescas (-10,0%) y carne (-9,4%), entre otras partidas. ■



mercamáLAGA

**El mayor
mercado
mayorista de
Andalucía
Oriental**

mercasa



Ayuntamiento de Málaga

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ANDALUCÍA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
6 litros de gaseosa y bebidas refrescantes	9 huevos
5 litros de cerveza	10 kilos de frutas frescas
1 litro de batidos de leche	10 litros de leche
1 kilo de patatas	5 kilos de hortalizas frescas
	4 kilos de carne
	6 litros de agua mineral
	3 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales
	1 kilos de pescado

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En hostelería y restauración, Andalucía cuenta con 51.075 locales para actividades de restauración y bares que suponen el porcentaje más elevado en el conjunto del país –un 18,3%–; en su distribución destacan Málaga (25,4% del total regional), Sevilla

(20,8%) y Cádiz (14,6%). 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	51.075	12.670	34.019	4.386	248.452
ANDALUCÍA/ESPAÑA (%)	18,3	15,1	19,3	22,2	16,7

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).



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 *
 GRANADA *

ACEITUNAS DE MESA

ACEITUNA ALOREÑA DE MÁLAGA *

VINOS DE LA TIERRA

ALTIPLANO DE SIERRA NEVADA *
 BAILÉN *
 CÁDIZ *
 CÓRDOBA *
 CUMBRES DE GUADALFEO *
 DESIERTO DE ALMERÍA *
 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

LEBRIJA *

DENOMINACIONES DE ORIGEN
PROTEGIDAS

ACEITES

ANTEQUERA *
 BAENA *
 ESTEPA *
 LUCENA ****
 MONTES DE GRANADA *
 MONTORO-ADAMUZ *
 PONIENTE DE GRANADA *
 PRIEGO DE CÓRDOBA *
 SIERRA DE CÁDIZ *
 SIERRA DE CAZORLA *
 SIERRA DE SEGURA *
 SIERRA MÁGINA *

CARNES

CARNE DE ÁVILA **/
 CORDERO SEGUREÑO **/

VINAGRES

VINAGRE CONDADO DE HUELVA *
 VINAGRE DE JEREZ *
 VINAGRE MONTILLA-MORILES *

JAMONES

JABUGO **/
 LOS PEDROCHES *
 GUIJUELO **/

FRUTAS

CHIRIMOYA DE LA COSTA TROPICAL DE GRANADA-
 MÁLAGA *

FRUTOS SECOS

PASAS DE MÁLAGA *

MIEL

MIEL DE GRANADA *
 MIEL DE MÁLAGA ****

INDICACIONES GEOGRÁFICAS
PROTEGIDAS

ACEITE DE JAÉN *
 GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES *
 ALFAJOR DE MEDINA SIDONIA *
 MANTECADOS DE ESTEPA *
 POLVORONES DE LA ESTEPA *
 PAN DE ALFACAR *
 ESPÁRRAGO DE HUÉTOR TÁJAR *
 TOMATE LA CAÑADA *
 ACEITUNA GORDAL DESHUESADA *
 JAMÓN DE TREVÉLEZ *
 JAMÓN DE SERÓN *
 VINO NARANJA DEL CONDADO DE HUELVA *
 GARBANZO DE ESCACENA *
 CABALLA DE ANDALUCÍA *
 MELVA DE ANDALUCÍA *
 MOJAMA DE BARBATE *
 MOJAMA DE ISLACRISTINA *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS
CON DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

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 *

AGRICULTURA ECOLÓGICA

ALIMENTOS ECOLÓGICOS DE ANDALUCÍA *

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CC AA / **** Protección Nacional Transitoria / Inscrita en el Registro de la UE

ARAGÓN



AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor estimado de la Producción Final Agraria (PFA) de Aragón en 2022 fue de 6.144 millones de euros. De esa cantidad, 4.001 millones de euros correspondieron a la Producción Final Ganadera (PFG), cuyo valor se incrementó. Asimismo, la Producción Final Vegetal (PFV) alcanzó un valor de casi 2.099 millones de euros, también superior al del año anterior, y la prestación de servicios y trabajos sumó 43,4 millones de euros más a la PFA. Con estas cifras, descontadas los gastos, amortizaciones e impuestos, la renta agraria regional quedó en 2.235 millones de euros, expresados en valores corrientes.

El 65% de la PFA de Aragón procedió del sector ganadero, en el que destacan el porcino (aportó más del 66% del valor total del subsector ganadero) y el vacuno de carne. Asimismo, entre las producciones agrícolas más destacadas están los cereales, las frutas y los forrajes.

Aragón es la comunidad con mayor cabaña de porcino de España (el 28% del total en 2022) y produjo (peso de los animales sacrificados en mataderos) casi un millón de toneladas (un 4% menos que un año antes).

Por el contrario, aumentó su producción de carne de vacuno (un 7%, hasta llegar a 42.497 toneladas) y caprino, al tiempo que redujo su producción de carne de ovino, aves y carne de conejo. Aragón cuenta también

con el 12% del censo de ovino; el 9% de la cabaña de conejos y el 14% de las gallinas ponedoras, con lo que tuvo una importante producción de huevos.

Finalmente, la producción de leche de vaca quedó en 176.300 toneladas, un 1% menos que en el año anterior. Igualmente, contaba con producciones de leche de oveja y cabra, que también fueron menores que las del año anterior.

En cuanto a la agricultura, en 2022 todas las producciones cerealistas tuvieron un mal comportamiento, desde el trigo al maíz, pasando por la cebada o el arroz. En el grupo de las frutas también predominaron los descensos, tanto para las de pepita como para las de hueso.

Aragón está entre las tres primeras comunidades en producción de fruta. En 2022 aportó el 15% de toda la producción nacional de peras; el 15,2% de las manzanas; el 20% de albaricoques y el 18% de melocotones; así como el 33% de las cerezas y el 24,5% de las nectarinas, siendo ese año la primera comunidad de España por producción.

La vendimia se saldó con mejores resultados. En total se produjeron 1,09 millones de hectolitros de vino, un 4% más. De esta producción, prácticamente el 85% está amparada por denominaciones de origen y otras marcas de calidad.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2021	2022
ACEITE DE OLIVA	19,4	6
ALFALFA	3.277	2.969
ALBARICOQUES	18,9	16,5
ALMENDRAS CÁSCARA	67,7	40,8
ARROZ CÁSCARA	24,4	17,00
AVENA	60,7	38
TRITICALE	114,4	103,4
CEBADA	1.592,6	1.221,4
CEBOLLAS	72,4	80,7
CEREZAS	44,7	32,2
GIRASOL	15,8	39,9
GUISANTES VERDES	56,6	53,8
MAÍZ	1.286,7	1.045,6
MANZANAS MESA	80,7	64,1
MELOCOTONES	152,3	95,5
NECTARINA	103,4	85
PATATAS	11	12,5
PERAS	38,8	37,2
TOMATES	40	39,4
TRIGO	906,4	628,4
VINOS (miles de hl.)	1.053,9	1.098,8
CARNE DE CONEJO	1,6	1,3
CARNE DE PORCINO	1.023,6	978,7
CARNE DE OVINO	12,7	12,4
CARNE DE VACUNO	39,7	42,5
CARNE DE AVES	1,7	1,1
CARNE DE EQUINO	2,3	2,3
LECHE DE VACA	177,6	176,3
LECHE DE OVEJA	3,93	3,53
LECHE DE CABRA	0,98	0,75
HUEVOS (Millones de docenas)	172	178,5

Además, Aragón cuenta con una producción de aceite de oliva que en la campaña 2022/2023 se redujo de forma alarmante.

Respecto al comercio exterior agroalimentario, en 2022 se batió un récord de ventas, con una facturación que superó los 3.043 millones de euros, un 4,8% más que en el año anterior. Las ventas exteriores de Aragón representaron el 4,5% del comercio agroalimentario nacional. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ARAGÓN (Millones de Euros)		
Subsectores	ARAGÓN	% ARAGÓN/ ESPAÑA
	Cifra de Negocio	Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	7.004	5,6
Industria cárnica	2.836,3	9,5
Industria de Pescado	353,2	5,4
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	224,6	2,0
Aceites y Grasas	41,1	0,4
Productos Lácteos	55,7	0,6
Molinería y almidones	402,5	10,5
Panadería y pastas alimenticias	363,5	4,3
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	52,8	1,6
Café, Té e infusiones	9,6	0,4
Especias, salsas y condimentos	S/D	S/D
Platos y comidas preparadas	12,2	0,5
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos alimenticios	81,5	3,4
Productos alimentación animal	2.144,7	13,5
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	2,5	0,2
Vinos	239,5	3,5
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	62,5	1,9
Bebidas no alcohólicas	37,4	0,8

FUENTE: MAPA. Datos de 2020

ARAGÓN. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	135	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	7	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	66	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	79	
Fabricación de productos lácteos	45	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	21	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	367	
Fabricación de otros productos alimenticios	79	
Fabricación de productos para alimentación animal	73	
Fabricación de bebidas	155	
TOTAL	1.027	

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Aragón cuenta con 1.314.159 habitantes y 47.703 km² de extensión, un 2,8% de la población y cerca del 9,5% del territorio sobre el total nacional. Zaragoza concentra cerca del 73% de los habitantes de la región. El poder de compra de los aragoneses, en función del gasto medio por persona, es un 4,4% superior a la media nacional.

En esta comunidad autónoma hay 2.942 establecimientos comerciales minoristas especializados en

alimentación. Zaragoza tiene un 68,6% de los locales; Huesca, un 18,8%; y Teruel, un 12,6%. En el conjunto de la comunidad hay instalados 18 hipermercados –un 3,5% del total nacional– mientras que los supermercados suman 733, un 3,1% sobre el total nacional. Los establecimientos de librería ocupan 397.040 m² y la densidad comercial alcanza los 302,1 m² cada 1.000 habitantes, ligeramente inferior a la media nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ARAGÓN

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ARAGÓN	13.705	2.942	456	179	98	18	626
ARAGÓN/ESPAÑA (%)	2,5	2,8	3,5	3,1	2,1	3,5	1,5

CONSUMO ALIMENTARIO

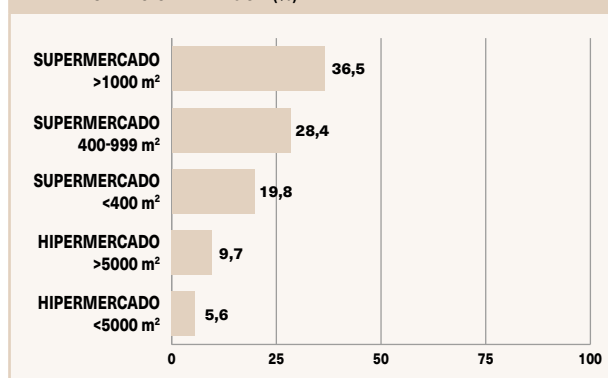
Durante el año 2022, Aragón registró un gasto per cápita en alimentación de 1.608,2 euros (un 0,7% superior a la media nacional). Carne (20,3%), pescado (12,2%), frutas frescas (9,8%), hortalizas frescas (7,8%), derivados lácteos (7,7%), platos preparados (5,1%), pan (4,0%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,2%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Aragón cuentan con un gasto superior en hortalizas frescas (17,4%), carne (7,5%), leche (1,9%), platos preparados (3,7%), café e infusiones (1,5%) o chocolates y cacao (7,5%), mientras que, por el contrario, gastan menos en zumo y néctar (-12,2%), derivados lácteos (-8,5%), cervezas (-23,4%), patatas (-4,5%), o vino (-3,4%).

En términos medios, durante el año 2022 cada persona en Aragón consumió 140 huevos, 41,6 kilos de carne, 19,9 kilos de pescado, 65,8 litros de leche, 30,1 kilos de derivados lácteos, 24,1 kilos de pan, 10,3 litros de aceite, 14,7 litros de cerveza, 59,1 kilos de hortalizas frescas, 81,6 kilos de frutas frescas, 17,2 kilos de platos preparados, 58,2 litros de agua embotellada y 29,8 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 (17,7%), carne (6,5%), pesca (3,7%), frutas frescas (1,5%), frutas y horti-

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ARAGÓN (%)

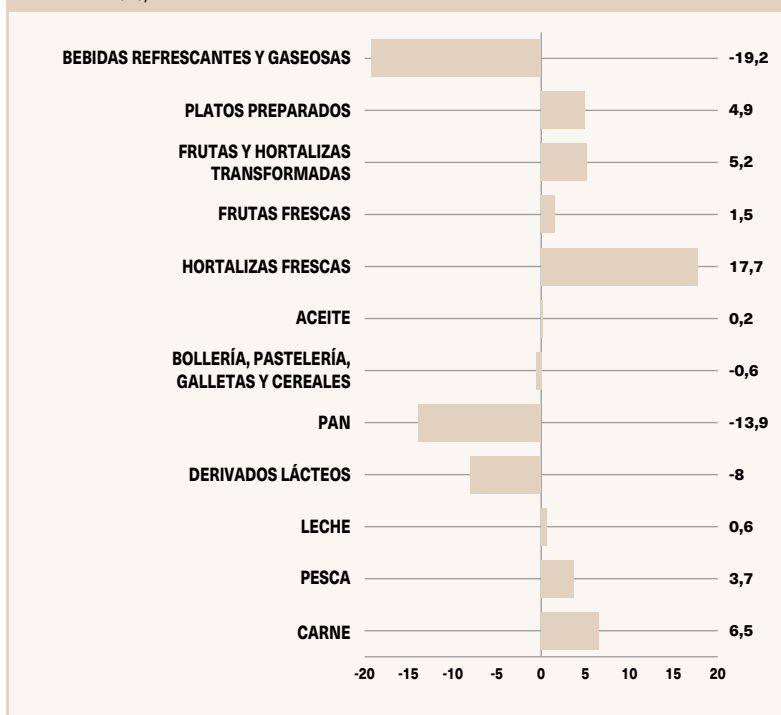


zas transformadas (5,2%) y platos preparados (4,9%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-19,2%), pan (-13,9%) y derivados lácteos (-8,0%).

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ARAGÓN (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	23,9	1,5	-0,4
CARNE	326,4	20,3	7,5
PESCA	196,0	12,2	2,3
LECHE	55,6	3,5	1,9
DERIVADOS LÁCTEOS	123,4	7,7	-8,5
PAN	63,5	4,0	-9,7
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	66,9	4,2	-2,5
CHOCOLATES Y CACAOS	29,0	1,8	7,5
ACEITE	35,0	2,2	-9,0
VINO	22,5	1,4	-3,4
CERVEZAS	23,0	1,4	-23,4
ZUMO Y NÉCTAR	07,1	0,4	-12,2
PATATAS	27,5	1,7	-4,5
HORTALIZAS FRESCAS	125,5	7,8	17,4
FRUTAS FRESCAS	157,9	9,8	0,8
FRUTOS SECOS	22,6	1,4	-13,5
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	30,9	1,9	3,5
PLATOS PREPARADOS	82,3	5,1	3,7
CAFÉS E INFUSIONES	31,6	2,0	1,5
AGUA MINERAL	10,4	0,6	-16,2
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	37,9	2,4	0,4
OTROS PRODUCTOS	109,0	6,8	-4,3
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.608,2	100,0	0,7

DESVIACIÓN DE ARAGÓN CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ARAGÓN EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
22 unidades de huevos	7 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
18 kilos de hortalizas frescas	6 litros de agua envasada
6 kilos de carne fresca	4 kilos de pan
9 kilos de frutas frescas	6 litros de cerveza
2 kilos de carne de pollo	3 litros de leche desnatada
1 kilo de carne de ovino y caprino	3 kilos de derivados lácteos
2 kilos pescado	1 kilos patatas
	1 kilo de harinas y sémolas
	1 litros zumo y néctar

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 7.204 –un 2,6% sobre el total nacional– y se distribuyen en un 67,7% para Zaragoza, un

20,0% 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	7.268	1.769	5.162	337	35.734
ARAGÓN/ESPAÑA (%)	2,6	2,1	2,9	1,7	2,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

VINOS

CALATAYUD

CAMPO DE BORJA *

CARIÑENA *

SOMONTANO *

CAVA **/ *

AYLÉS *

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

JAMONES

JAMÓN DE TERUEL/PALETA DE TERUEL *

FRUTAS

MELOCOTÓN DE CALANDA *

ACEITES

ACEITE DEL BAJO ARAGÓN *

ACEITE SIERRA DEL MONCAYO *

HORTALIZAS

CEBOLLA FUENTES DE EBRO *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

CARNE DE ÁVILA **/ *

TERNASCO DE ARAGÓN *

HORTALIZAS

ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/ *

AGRICULTURA ECOLÓGICA

COMITÉ ARAGONÉS DE AGRICULTURA ECOLÓGICA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO **/ *

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD: (MARCA C'ALIAL)

EMBUTIDOS

LOMO EMBUCHADO

LONGANIZA DE ARAGÓN

MORCILLA DE ARAGÓN

CHORIZO

TURRÓN, BOLLERÍA Y DULCES

ALMENDRADOS

ALMOJABANAS

CARQUIÑOLES

CASTAÑAS DE MAZAPÁN

COC DE FRAGA

FLORENTINA

FRUTAS DE ARAGÓN

GUIRLACHE

PASTEL RUSO

MANTECADOS DEL MAESTRAZGO

PIEDRECICAS DEL CALVARIO

TORTA DE BALSÀ

TORTAS DE ALMA

TORTAS DE MANTECA

TRENZA DE ALMUDÉVAR

TURRÓN NEGRO

ACEITUNAS

OLIVAS DE CASPE

CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS

POLLOS

CARNE DE VACUNO

PALETA CURADA

CECINA

CONSERVA DE CERDO EN ACEITE

TERNASCO AHUMADO

CARNE DE CONEJO

HUEVOS

HUEVOS

PASTAS ALIMENTICIAS

PASTAS ALIMENTICIAS

PRODUCCIÓN INTEGRADA

ALFALFA

ARROZ

CEREALES DE INVIERNO

FRUTA DE HUESO

FRUTA DE PEPITA

GUISANTE

PATATA

TOMATE DE INDUSTRIA

QUESOS Y PRODUCTOS LÁCTEOS

QUESO FRESCO

QUESO MADURADO

YOGUR DE OVEJA

FRUTAS Y HORTALIZAS

FRUTA EN CONSERVA

CEBOLLA DULCE DE FUENTES

FRUTA DE PROTECCIÓN INTEGRADA

BORRAJA

CONDIMENTOS

AZAFRÁN DE ARAGÓN

ARROCES

ARROZ

ACEITE

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

MIEL

MIEL

VINAGRES

VINAGRE DE VINO

HARINAS

PAN

VINOS DE LA TIERRA CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

VALLE DEL CINCA *

BAJO ARAGÓN *

VALDEJALÓN *

RIBERA DEL JILOCA *

RIBERA DEL GÁLLEGO-CINCO VILLAS *

RIBERA DEL QUEILES **/ *

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

ASTURIAS



AGRICULTURA Y GANADERÍA

El peso económico del sector ganadero en la Producción Final Agraria (PFA) asturiana es muy superior al agrícola. En 2022 la Producción Final Ganadera (PFG) aportó el 70% de la PFA y la Producción Final Vegetal (PFV), el 27%. El resto de la PFA son otras producciones y servicios.

El valor de la PFA asturiana ascendió en 2022 a cerca de 590 millones de euros, de los que 416 millones de euros correspondieron a la PFG y 169 millones de euros a la PFV.

El resto (unos 5 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 Asturias.

Añadidas las amortizaciones y restadas las subvenciones, se obtiene un valor añadido neto, que, deducido a su vez de la producción de la rama agraria, arroja como resultado un valor de 187,2 millones de euros, que corresponden a la Renta Agraria regional en 2022.

Al igual que en años anteriores, para el sector ganadero el año se saldó de forma más positiva que para el agrícola, a pesar de que hubo descensos en las principales producciones (carne de vacuno, leche de vaca, etc.)

En concreto, la producción de leche de vaca se redujo de nuevo en Asturias hasta las 534.8230 toneladas ajustadas a materia grasa, un 3% menos que en el año anterior. La producción asturiana representó el 6% de la producción nacional total. A la producción de leche de vaca se sumaron las de leche de oveja y de cabra, que también tuvieron un balance negativo en cuanto a producción.

Por su lado, la producción de carne de vacuno se mantuvo más o menos estable en cerca de 16.400 toneladas, un 2% menos que en el año anterior, pero sin embargo los precios pagados por la carne fueron mejores. Este subsector aporta casi el 40% de todo el valor de la PFG.

Por detrás del vacuno se situó la carne de equino, que en 2022 registró una notable caída en el volumen producido (10%), en consonancia con lo sucedido en años anteriores. Asimismo, también tiene importancia la producción de carne de porcino y de caprino, pero en mucha menor medida que las dos anteriores. También en estas dos producciones hubo descensos en volumen, pero mejoras en los precios a los que se pagó la carne.

En cuanto a la agricultura, aumentó la producción de manzana de mesa (7%), mientras que por el contrario la pomarada se saldó con una producción de 25.000 toneladas, un 17% inferior a la del año anterior. También fue buena, al contrario del año precedente, la cosecha de kiwi (aumentó un 2%)

En el grupo de las hortalizas se recogieron peores cosechas que en 2021 y también fue menor la cosecha de patata, al igual que un año antes. En cuanto a las legumbres, las fabes -muy famosas en la gastronomía asturiana- tuvieron una cosecha mucho menor que la del año precedente.

Respecto al comercio exterior, en 2022 las exportaciones agroalimentarias de Asturias alcanzaron un valor de 328.8 millones de euros, un 41% más que el año anterior. Las exportaciones agroalimentarias asturianas representaron el 0,4% del total nacional.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2021	2022
ALUBIAS (FABES)	0,6	0,5
COL-REPOLLO	0,1	0,1
CEREZA	0,03	0,02
KIWI	4,9	5
MAÍZ	1,2	1
MAÍZ FORRAJERO	289,4	293
MANZANA DE MESA	1,4	1,5
MANZANA DE SIDRA	30,3	25
PATATAS	9	8,0
PIMIENTO	0,6	0,7
VINOS (miles de hl.)	0,2	0,2
CARNE DE EQUINO	0,3	0,27
CARNE DE VACUNO	16,8	16,4
CARNE DE CAPRINO	0,04	0,03
CARNE DE PORCINO	4,43	4,3
LECHE DE VACA	566,8	534,23
LECHE DE OVEJA	1,4	0,007
HUEVOS (Millones de docenas)	2,4	2,2

FUENTE: MAPA

PESCA EN ASTURIAS

La flota pesquera asturiana estaba formada en 2022 por 260 embarcaciones, el 3% del total de la pesca marítima nacional, con un arqueo de 4.949 GT (1,55% de toda España), una potencia de la flota de 16.227 CV (2,14% del total) y una eslora promedio de 10,86 metros. La antigüedad media de esos barcos es de 24 años.

En 2022 Asturias tenía 15 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional y contaba con 25 puertos pesqueros y 18 lonjas de primera venta. Las capturas pesqueras subastadas en las lonjas asturianas llegaron en 2022 a 25,6 millones de kilos, por un valor de 78,2 millones de euros, según datos del gobierno asturiano. Aunque los barcos asturianos pescan principalmente merluzas, bacaladillas y bonitos, también recogen una notable producción de moluscos (sobre todo pulpo y pota) y de crustáceos (percebes, bueyes y centollos como capturas principales).

Las producciones acuícolas asturianas van ganando peso de año en año y se acercan ya a las 1.200 toneladas. La producción principal de la acuicultura asturiana es la trucha arcoíris (unas 1.150 toneladas anuales). En cuanto a la industria, según datos del INE, había en 2022 un total de 14 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ASTURIAS (Millones de Euros)		
Subsectores	ASTURIAS	% ASTURIAS/ ESPAÑA
	Cifra de Negocio	Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	1.859,0	1,5
Industria cárnica	108,4	0,4
Industria de Pescado	15,2	0,2
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	S/D	S/D
Aceites y Grasas	S/D	S/D
Productos Lácteos	1.069,1	11,1
Molinería y almidones	0,4	0,0
Panadería y pastas alimenticias	104,7	1,2
Azúcar	0,0	0,0
Cacao, Chocolate y confitería	28,6	0,9
Café, Té e infusiones	77,7	3,3
Espicias, salsas y condimentos	4,3	0,3
Platos y comidas preparadas	75,8	3,2
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos alimenticios	19,6	0,8
Productos alimentación animal	179,0	1,1
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	1,0	0,1
Vinos	S/D	S/D
Sidra y otras bebidas fermentadas	50,0	44,4
Cerveza y malta	S/D	S/D
Bebidas no alcohólicas	15,8	0,3

FUENTE: MAPA. Datos de 2020

ASTURIAS. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	87	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	13	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	14	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	2	
Fabricación de productos lácteos	95	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	6	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	277	
Fabricación de otros productos alimenticios	55	
Fabricación de productos para alimentación animal	16	
Fabricación de bebidas	100	
TOTAL	665	

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Asturias tiene 1.006.234 habitantes y 10.604 km² de extensión, lo que representa un 2,1% 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 en un 4,6% a la media nacional.

Asturias cuenta con 1.950 locales comerciales especializados en alimentación. Además, se contabilizan

517 supermercados y 10 hipermercados que alcanzan conjuntamente 357.019 m². La densidad comercial para este conjunto de establecimientos se sitúa en 354,8 m² cada 1.000 habitantes, bastante por encima de la media nacional. En Asturias hay 467 actividades para la venta ambulante o en mercadillos, un 1,1% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ASTURIAS

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ASTURIAS	11.190	1.950	194	210	113	10	467
ASTURIAS/ESPAÑA (%)	2,1	1,9	1,5	3,7	2,4	2,0	1,1

CONSUMO ALIMENTARIO

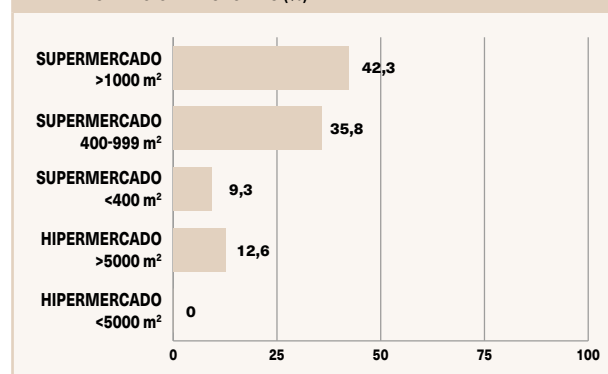
Durante el año 2022, Asturias registró un gasto per cápita en alimentación de 1.749,6 euros (un 9,5% superior a la media nacional). Carne (18,3%), pescado (13,2%), frutas frescas (9,8%), derivados lácteos (9,5%), pan (5,4%), hortalizas frescas (5,1%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Asturias cuentan con un gasto superior en vinos (27,9%), chocolates y cacao (27,0%), leche (33,1%), pan (30,1%), derivados lácteos (25,3%) y pescado (20,5%), mientras que, por el contrario, gastan menos en cervezas (-25,4%), zumo y néctar (-16,3%), platos preparados (-19,1%), hortalizas frescas (-16,3%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-9,9%).

En términos medios, durante el año 2022 cada persona en Asturias consumió 138 huevos, 39,4 kilos de carne, 24,5 kilos de pescado, 91,9 litros de leche, 40,3 kilos de derivados lácteos, 36,2 kilos de pan, 12,5 litros de aceite, 13,5 litros de cerveza, 40,1 kilos de hortalizas frescas, 89,6 kilos de frutas frescas, 12,8 kilos de platos preparados, 45,2 litros de agua embotellada y 32,2 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 (40,5%), pescado (27,9%), pan (29,7%), derivados lácteos (23,1%) y aceite (21,1%),

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ASTURIAS (%)

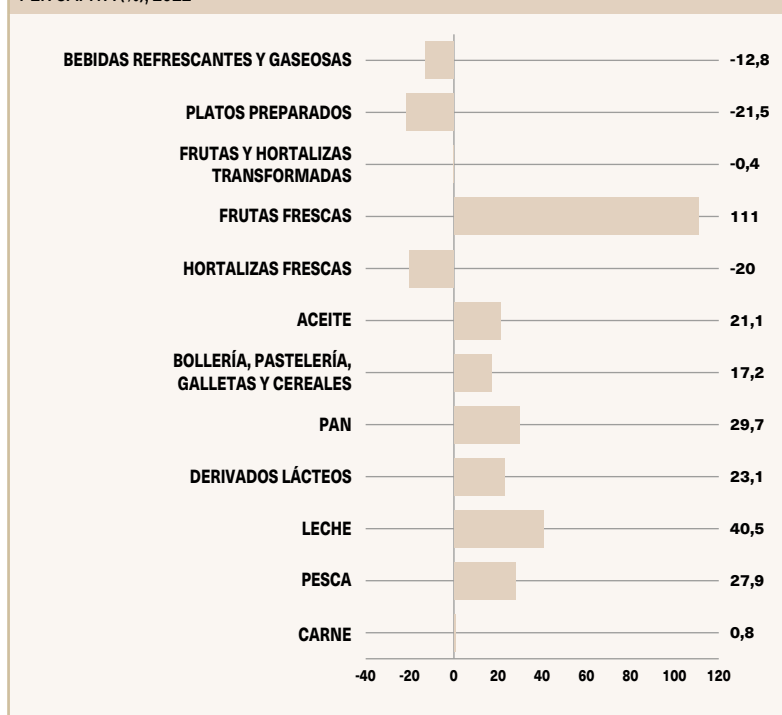


mientras que, por el contrario, el consumo es menor en platos preparados (-21,5%), hortalizas frescas (-20,0%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-12,8%).

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ASTURIAS (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	27,2	1,6	13,2
CARNE	319,7	18,3	5,3
PESCA	230,9	13,2	20,5
LECHE	76,3	4,4	39,8
DERIVADOS LÁCTEOS	166,7	9,5	23,5
PAN	94,6	5,4	34,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	77,4	4,4	12,8
CHOCOLATES Y CACAOS	33,8	1,9	25,3
ACEITE	46,9	2,7	21,9
VINO	29,8	1,7	27,9
CERVEZAS	22,4	1,3	-25,4
ZUMO Y NÉCTAR	06,8	0,4	-16,3
PATATAS	30,9	1,8	7,3
HORTALIZAS FRESCAS	89,5	5,1	-16,3
FRUTAS FRESCAS	171,3	9,8	9,4
FRUTOS SECOS	23,8	1,4	-9,1
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	33,8	1,9	13,3
PLATOS PREPARADOS	64,2	3,7	-19,1
CAFÉS E INFUSIONES	40,0	2,3	28,4
AGUA MINERAL	11,4	0,7	-8,4
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	34,0	1,9	-9,9
OTROS PRODUCTOS	118,1	6,7	3,6
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.749,6	100,0	9,5

DESVIACIÓN DE ASTURIAS CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ASTURIAS EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
8 unidades de huevos	10 kilos de hortalizas frescas
26 litros de total leche	7 litros de cerveza
9 kilos de frutas frescas	19 litros de agua mineral
8 kilos de pan	5 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
8 kilos de derivados lácteos	4 kilos de platos preparados
5 kilos de pescado	1 litro de zumo y néctar
2 litros de vino	1 kilo de pastas
3 kilos de yogurt	1 kilo helados y tartas
2 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	
1 kilos de azúcar	
1 kilos de queso	
1 litros de aceite de oliva	

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Por su parte, las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 6.784, lo que supone un 2,4% respecto del total nacional. En cuanto

al equipamiento en restaurantes, bares y hoteles, Asturias ocupa una posición intermedia en el conjunto nacional. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ASTURIAS

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ASTURIAS	6.784	1.507	5.010	267	22.913
ASTURIAS/ESPAÑA (%)	2,4	1,8	2,8	1,4	1,5

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).



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 *

MIEL

MIEL DE ASTURIAS* (en tramitación)

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



CANARIAS

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de Canarias en 2022 alcanzó un valor de 1.176 millones de euros a precios corrientes, de los que el subsector agrícola (Producción Final Vegetal o PFV) aportó unos 946 millones de euros, y el subsector ganadero (Producción Final Ganadera, PFG) 165 millones de euros. El resto de la PFA procedió de otras producciones y servicios, que aportaron cerca de 65 millones de euros.

De acuerdo con estas cifras, y una vez descontados los insumos y sumadas las subvenciones, se alcanzó una Renta Agraria regional de 615 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 y el viñedo.

La producción de plátanos tuvo un saldo negativo en 2022 (un 16% menos que en el año anterior, debido a las consecuencias de la pérdida de cultivos en la isla de La Palma), con cerca de 345.400 toneladas recogidas. Canarias es el principal productor de plátanos de la Unión Europea y su cultivo ocupa unas 9.900 hectáreas.

Por el contrario, las pequeñas producciones de cítricos tuvieron un saldo positivo, especialmente en el caso de la naranja, y en el sector de las hortalizas hubo en general mejores cosechas, incluso para el tomate. Canarias está entre las primeras regiones productoras de pepino y calabacín.



En frutas, el balance anual fue bueno para el aguacate, cuya producción se incrementó hasta las 23.200 toneladas. Este cultivo ha ido expandiendo por Canarias y también por el sur de la península en los últimos años.

Por su parte, una de las producciones más características de Canarias por su singularidad es la papa, que saldó el ejercicio con una producción sostenida.

Al igual que en el año anterior, la vendimia evolucionó positivamente y la producción de vino y mosto se incrementó un 4% hasta los 31.300 hectólitros, de los cuales la mayor parte se destinaron a la producción de vinos con Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP).

Respecto a la ganadería, en 2022 se produjeron subidas en la producción de carne de vacuno (16%), mientras que por el contrario descendieron las producciones de carne de porcino (un 8%), conejo (10%), caprino (2%) y aves (4%).

Por su parte, la producción de leche de cabra descendió de nuevo en 2022 (un 5%). Canarias es una de las primeras regiones con mayor censo de caprino para leche de España y su producción se utiliza para la elaboración de quesos. Además del caprino, también hay producción de leche de oveja (que en 2022 se redujo un 2%) y de vaca.

Otra producción ganadera singular de Canarias es la miel, que en 2022 volvió a registrar descensos importantes de producción por la sequía. Asimismo, la producción de huevos regional también se desplomó (un 10%), pero siguió siendo una de las más importantes a nivel nacional.

Por lo que respecta al comercio exterior, en 2022 las exportaciones alcanzaron un valor de 276,6 millones de euros, el 0,4% del total nacional y un 32,3% más que un año antes.

PESCA EN CANARIAS

La flota pesquera canaria en 2022 estaba compuesta por 741 embarcaciones (diez menos que un año antes), lo que supone el 8,57% del total nacional. Su arqueo llegaba hasta 19.009 GT (5,94% del total) y su potencia alcanzaba los 45.725 CV (6,02%), mientras que su es-

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2021	2022
AGUACATE	13,2	11
CALABACÍN	23,2	23,2
CALABAZA	15,2	15,2
LECHUGAS	34,9	37,6
NARANJAS	11,1	11,9
PATATAS	91,3	91,3
PEPINOS	17,6	17,7
PLÁTANOS	409,1	345,4
TOMATE	53,7	53,7
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	30,2	31,3
CARNE DE PORCINO	5,17	4,74
CARNE DE VACUNO	3,1	3,6
CARNE DE CAPRINO	1,96	1,92
CARNE DE CONEJO	0,14	0,12
CARNE DE AVES	11,2	10,7
LECHE DE CABRA	29,2	27,8
LECHE DE OVEJA	0,56	0,55
LECHE DE VACA	46,3	49,02
HUEVOS (Millones de docenas)	30,8	27,8

FUENTE: MAPA

lora promedio supera los 9,80 metros. La antigüedad promedio de todos estos barcos es de 43 años.

Canarias cuenta con 25 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional y con 58 puertos pesqueros. La actividad pesquera ha ido perdiendo importancia y ahora representa menos del 0,5% del PIB.

Dentro de la pesca realizada en aguas de Canarias, destacan las capturas de distintas especies de túnidos (incluido el atún rojo), seguidos por las sardinas, chicharros, caballas, bogas, pargos y burros. En la pesca artesanal, sargos, galanas y palometas son las capturas principales. En 2022 la pesca capturada por los barcos canarios sumó 14.066 toneladas, por un valor de 31 millones de euros (por encima de un año antes en valor, pero no en peso), según los datos de primera venta del gobierno canario. Además, la producción acuícola se elevó por encima de las 5.500 toneladas, siendo las principales producciones la lubina (4.965 t.) y la dorada (600 toneladas en 2022).

Finalmente, según datos del INE había en 2022 un total de 10 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, 2 menos que un año antes. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANARIAS (Millones de Euros)		
Subsectores	CANARIAS	% CANARIAS/ ESPAÑA
	Cifra de Negocio	Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	1.269	1
Industria cárnica	152,8	0,5
Industria de Pescado	S/D	S/D
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	71	0,6
Aceites y Grasas	0,1	0
Productos Lácteos	205,7	2,1
Molinería y almidones	40,6	1,1
Panadería y pastas alimenticias	229,4	2,7
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	5,4	0,2
Café, Té e infusiones	26,7	1,1
Especias, salsas y condimentos	3,6	0,3
Platos y comidas preparadas	9,8	0,4
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos diversos	6,6	0,3
Productos alimentación animal	73,2	0,5
Bebidas espirituosas	33,2	3,2
Vinos	31,2	0,5
Sidra y otras bebidas fermentadas	0	0
Cerveza y malta	120,2	3,6
Bebidas no alcohólicas	245,2	5,1

FUENTE: MAPA. Datos de 2020

CANARIAS. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	41	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	8	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	38	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	8	
Fabricación de productos lácteos	149	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	37	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	421	
Fabricación de otros productos alimenticios	134	
Fabricación de productos para alimentación animal	12	
Fabricación de bebidas	183	
TOTAL	1.031	

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Canarias tiene 2.252.236 habitantes y una extensión de 7.450 km², un 4,7% y un 1,5% sobre el total nacional, respectivamente. Comparando con los niveles nacionales, los consumidores canarios cuentan con un poder de compra inferior a la media nacional (cerca de un 16,3%).

En Canarias se cuantifican 3.432 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación

(Las Palmas tiene el 51,4% mientras que Santa Cruz de Tenerife llega al 48,6%). Por otra parte, en Canarias hay instalados 1.040 supermercados y 42 hipermercados; estos 1.082 establecimientos ocupan 669.008 m² y suponen una densidad comercial de 297,0 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades para venta ambulante y mercadillos se cifran en 2.406, un 5,8% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CANARIAS

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CANARIAS	26.255	3.432	603	232	205	42	2.406
CANARIAS/ESPAÑA (%)	4,8	3,3	4,6	4,1	4,3	8,2	5,8

CONSUMO ALIMENTARIO

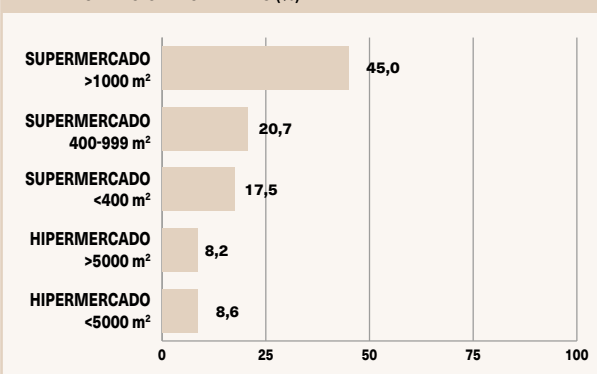
Durante el año 2022, Canarias registró un gasto per cápita en alimentación de 1.529,1 euros (un -4,3% inferior a la media nacional). Carne (17,2%), derivados lácteos (10,8%), pescado (9,4%), frutas frescas (10,7%), hortalizas frescas (6,5%), pan (4,1%), bollería, pastelería, galletas y cereales (4,3%) y platos preparados (4,5%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Canarias cuentan con un gasto superior en agua mineral (113,3%), zumo y néctar (29,4%), derivados lácteos (22,2%) y patatas (13,4%), mientras que, por el contrario, gastan menos en pescado (-25,3%), carne (-13,3%), cervezas (-26,8%), platos preparados (-13,4%), pan (-11,8%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-13,6%).

En términos medios, durante el año 2022 cada persona en Canarias consumió 130 huevos, 35,1 kilos de carne, 14,5 kilos de pescado, 60,5 litros de leche, 36,4 kilos de derivados lácteos, 26,1 kilos de pan, 10,9 litros de aceite, 15,6 litros de cerveza, 47,4 kilos de hortalizas frescas, 80,9 kilos de frutas frescas, 13,5 kilos de platos preparados, 146,5 litros de agua embotellada y 37,1 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Canarias se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de derivados lácteos (11,1%), bollería, pastelería, galletas y cereales (1,0%), aceite (5,9%)

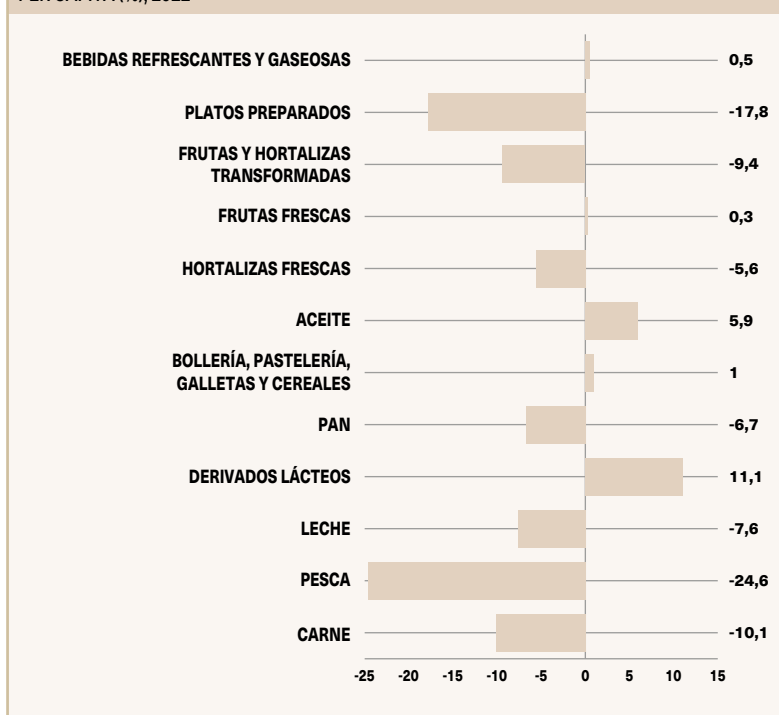
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CANARIAS (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CANARIAS (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	25,5	1,7	6,1
CARNE	263,3	17,2	-13,3
PESCA	143,2	9,4	-25,3
LECHE	51,5	3,4	-5,7
DERIVADOS LÁCTEOS	165,0	10,8	22,2
PAN	62,0	4,1	-11,8
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	66,3	4,3	-3,4
CHOCOLATES Y CACAOS	30,4	2,0	12,5
ACEITE	38,6	2,5	0,3
VINO	26,8	1,8	15,1
CERVEZAS	22,0	1,4	-26,8
ZUMO Y NÉCTAR	10,5	0,7	29,4
PATATAS	32,7	2,1	13,4
HORTALIZAS FRESCAS	100,1	6,5	-6,4
FRUTAS FRESCAS	164,2	10,7	4,8
FRUTOS SECOS	26,3	1,7	0,5
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	29,7	1,9	-0,7
PLATOS PREPARADOS	68,7	4,5	-13,4
CAFÉS E INFUSIONES	28,9	1,9	-7,1
AGUA MINERAL	26,5	1,7	113,3
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	32,6	2,1	-13,6
OTROS PRODUCTOS	114,4	7,5	0,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.529,1	100,0	-4,3

DESVIACIÓN DE CANARIAS CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



y bebidas refrescantes y gaseosas (0,5%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pescado (-24,6%), platos preparados (-17,8%), frutas y hortalizas transformadas (-9,4%), hortalizas frescas (-5,6%), leche (-7,6%) y pan (-6,7%).



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CANARIAS EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
82 litros de agua mineral	8 kilos de carne fresca
3 litros de zumo y néctar	5 kilos de pescado
4 kilos de carne congelada	5 litros de leche
4 kilos de derivados lácteos	2 kilos de pan
4 kilos de queso	3 kilos de hortalizas frescas
2 litros de bebidas refrescantes	5 litros de cerveza
2 kilos de pan industrial	3 kilos de platos preparados
3 litros de leche desnatada	1 kilo de aceitunas
1 kilo de azúcar	2 litros de gaseosas
2 litros de vinos tranquilos	2 kilos carne de cerdo
1 kilo de harinas y sémolas	4 kilos carne de pollo

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Canarias cuenta con 15.712 locales para actividades de restauración y bares, llegando al 5,6% sobre el conjunto

de España. El equipamiento en restaurantes y hoteles es elevado en comparación con la media nacional. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CANARIAS

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CANARIAS	15.712	6.875	7.921	916	254.356
CANARIAS/ESPAÑA (%)	5,6	8,2	4,5	4,6	17,1

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANARIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

ABONA^{*}
 EL HIERRO^{*}
 GRAN CANARIA^{*}
 LANZAROTE
 LA GOMERA^{*}
 LA PALMA^{*}
 TACORONTE-ACENTEJO^{*}
 VALLE DE GÜIMAR
 VALLE DE LA OROTAVA^{*}
 YCODEN-DAUTE-ISORA
 ISLAS CANARIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

QUESO MAJORERO^{*}
 QUESO PALMERO^{*}
 QUESO DE FLOR DE GUÍA /
 QUESO DE MEDIA FLOR DE GUÍA /
 QUESO DE GUÍA

CONDIMENTOS Y DERIVADOS

COCHINILLA DE CANARIAS

FRUTAS Y HORTALIZAS

PAPAS ANTIGUAS DE CANARIAS^{*}

MIEL

MIEL DE TENERIFE

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

HARINAS Y PANES

GOFIO CANARIO

FRUTAS Y HORTALIZAS

PLÁTANO DE CANARIAS

INDICACIÓN GEOGRÁFICA

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

RONMIEL DE CANARIAS^{*}

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO REGULADOR DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CANARIAS^{*}

^{*}Inscrita en el Registro de la UE



CANTABRIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de Cantabria en 2022 ascendió a 408 millones de euros. De este total, unos 107 millones procedieron de la Producción Final Vegetal (PFV) y 292 millones de euros de la Producción Final Ganadera (PFG), según estimaciones realizadas.

El resto de la PFA fueron las aportaciones del grupo de otras producciones (como por ejemplo la forestal) y los servicios agrarios.

Si del valor de la PFA restamos los consumos intermedios y las amortizaciones, añadiendo las subvenciones no vinculadas a la producción, se obtiene la Renta Agraria, que en el caso de Cantabria se aproximó a 108 millones de euros.

La evolución del sector ganadero de Cantabria estuvo marcada por la evolución de la carne de vacuno y la leche de vaca. La producción de leche disminuyó en volumen un 7% (se produjeron en la región 408.130 toneladas). No obstante, con relación a la producción nacional, la leche de vaca producida en Cantabria siguió representando cerca del 6%. Una parte de esta producción de leche (algo más del 1%) es ecológica.

De la cantidad total de leche producida, el 55% fueron entregas de leche a industrias de la misma región y el resto (45%) en otras CC.AA. El número de ganaderos con entregas al acabar el año era de 976, cuando un año antes superaba los 1.050.



Junto con la leche de vaca, la otra gran producción agraria de Cantabria es la carne. En 2022 la producción cárnica la encabezó el sector del bovino con casi 10.000 toneladas (volumen inferior en un 10% al del año anterior), seguida del equino (sumando asnos y mulos). Asimismo, se produjo carne de porcino y cantidades menores de carne de ovino y caprino.

En general, las producciones vegetales de Cantabria están destinadas a la alimentación animal, o bien son para autoconsumo. En 2022 el balance fue bueno para la patata, pues la cosecha se incrementó un 26%. En Cantabria existe una marca de calidad diferenciada que es la "Patata de Valderredible", de recolección tardía.

Por su parte, se redujeron las producciones de cultivos forrajeros (maíz, etc.) que se destinan a la alimentación del ganado, así como también las pequeñas cosechas de cereales de la región.

Además de estas producciones, también se recoge anualmente una pequeña cosecha de fruta, especialmente de pepita, y se produce vino, aunque cada vez en menor cantidad (200 hectolitros).

La agricultura cántabra se ha ampliado en los últimos años con cultivos como el del kiwi, que se adapta muy bien a las condiciones climáticas de estas tierras. En 2022 la producción se disparó.

Por su lado, la industria agroalimentaria de Cantabria tiene mucha importancia no sólo a nivel económico (aporta el 22% del PIB industrial), sino también social, pues da empleo a más de 6.000 personas en empresas de pequeño y mediano tamaño, en su mayor parte.

Respecto al comercio exterior, el valor de las exportaciones agroalimentarias de Cantabria en 2022 fue de 363,6 millones de euros, un 11% más que en 2021, que representan el 0,5% del total nacional. Cantabria exporta pescados, conservas, lácteos y carnes.

PESCA EN CANTABRIA

Las embarcaciones pesqueras de Cantabria en 2022 eran 131, una menos que en 2021, lo que supone el 1,55% del total nacional. Su arqueo llega hasta los

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2021	2022
AVENA	0,16	0,13
CEBADA	0,3	0,22
GIRASOL	0,04	0,04
KIWI	0,4	49,02
MAÍZ FORRAJERO	185,5	47,8
MANZANA DE SIDRA	0,2	0,14
PATATAS	3,5	4,4
PIMIENTO	0,1	0,1
VINOS (miles de hl.)	0,3	0,2
CARNE DE EQUINO	0,12	0,09
CARNE DE VACUNO	11	9,9
LECHE DE VACA	436,85	408,13
LECHE DE OVEJA	0,06	0,1
HUEVOS (Millones de docenas)	1,7	1,6

FUENTE: MAPA

6.672 GT (2,08% del total) y su potencia se acercaba a los 17.154 GT (2,26% del total), mientras que su eslora promedio rondaba los 16,76 metros. La antigüedad promedio de esta flota es de 24 años. En 2022, Cantabria contaba con 2 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional.

La pesca total de la región superó las 33.031 toneladas, por un valor de más de 63,2 millones de euros, cifra superiores a las del año anterior. De los 8 puertos pesqueros de la región, los que más pesca mueven son Santoña (50% del volumen total), Laredo (17,5%) y San Vicente de la Barquera (8,6%). Además de éstos, los otros puertos pesqueros son Castro Urdiales, Colindres, Comillas, Santander y Suances.

Las principales especies capturadas son anchoa, chicharro, sardina, caballa, bonito, merluza y rape. La producción acuícola en Cantabria alcanza un volumen anual de unas 200 toneladas. Las producciones más importantes dentro de la acuicultura la trucha arcoíris, la ostra, la almeja japonesa, el rodaballo y el lenguado. En los últimos años se han llevado a cabo tareas de repoblación de la almeja en las bahías de Santander y las marismas de Santoña.

Por otro lado, según datos del INE, había en 2022 un total de 71 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, una más que un año antes. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANTABRIA (MILLONES DE EUROS)		
Subsectores	CANTABRIA	% CANTABRIA/ ESPAÑA
	Cifra de Negocio	Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	1.605	1,3
Industria cárnica	30,1	0,1
Industria de Pescado	191,2	2,9
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	2,3	0,0
Aceites y Grasas	S/D	S/D
Productos Lácteos	401,1	4,1
Molinería y almidones	S/D	S/D
Panadería y pastas alimenticias	198,7	2,0
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	S/D	S/D
Café, Té e infusiones	9,7	0,4
Espicias, salsas y condimentos	0,0	0,0
Platos y comidas preparadas	4,9	0,2
Preparados alimenticios homogeneizados	0	0
Otros productos alimenticios	6,2	0,3
Productos alimentación animal	151,6	0,7
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	2,2	0,2
Vinos	S/D	S/D
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	1,6	0,1
Bebidas no alcohólicas	S/D	S/D

FUENTE: MAPA. Datos de 2020

CANTABRIA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	30	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	72	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	8	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	0	
Fabricación de productos lácteos	50	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	3	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	166	
Fabricación de otros productos alimenticios	22	
Fabricación de productos para alimentación animal	12	
Fabricación de bebidas	29	
TOTAL	363	

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Cantabria tiene 584.367 habitantes que viven en una superficie de 5.253 km². Santander cuenta con cerca de un tercio de la población. El gasto medio por persona de la población cántabra es inferior a la media nacional (3,9% menor).

En Cantabria se contabilizan 6.273 establecimientos comerciales minoristas. Aquellos que se ciñen

específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 1.333. Esta comunidad autónoma cuenta con 410 supermercados y 6 hipermercados. Estos 416 establecimientos ocupan 214.607 m² y generan una densidad comercial de 367,2 m² cada 1.000 habitantes. La venta ambulante y en mercadillos alcanza 348 actividades (en torno al 0,8% sobre el total nacional).

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CANTABRIA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CANTABRIA	6.273	1.333	244	107	59	6	348
CANTABRIA/ ESPAÑA (%)	1,2	1,3	1,9	1,9	1,2	1,2	0,8

CONSUMO ALIMENTARIO

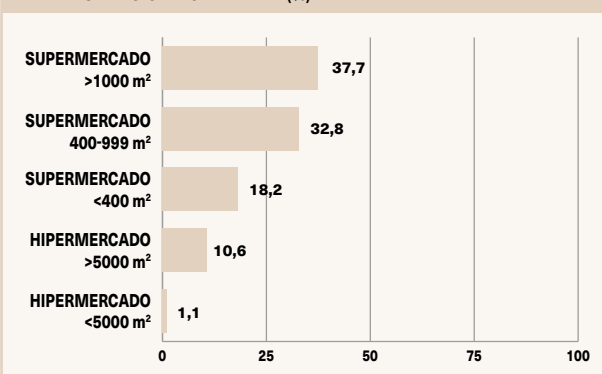
Durante el año 2022, Cantabria registró un gasto per cápita en alimentación de 1.457,1 euros (un -8,8% inferior a la media nacional). Carne (17,0%), pescado (11,7%), frutas frescas (10,4%), derivados lácteos (8,6%), hortalizas frescas (6,2%), pan (4,7%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,2%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Cantabria cuentan con un gasto superior en aceite (19,1%), vino (19,8%), huevos (19,9%), chocolate y cacao (7,7%) y frutas y hortalizas transformadas (9,5%), mientras que, por el contrario, gastan menos en hortalizas frescas (-15,6%), cafés e infusiones (-17,0%), bollería, pastelería y galletas (-11,5%), platos preparados (-19,7%) y cervezas (-38,4%).

En términos medios, durante el año 2022 cada persona en Cantabria consumió 155 huevos, 32,3 kilos de carne, 18,0 kilos de pescado, 67,4 litros de leche, 31,5 kilos de derivados lácteos, 27,0 kilos de pan, 11,1 litros de aceite, 13,1 litros de cerveza, 39,9 kilos de hortalizas frescas, 76,6 kilos de frutas frescas, 14,4 kilos de platos preparados, 51,2 litros de agua embotellada y 27,9 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Cantabria se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de aceite (8,0%), y leche (3,0%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CANTABRIA (%)

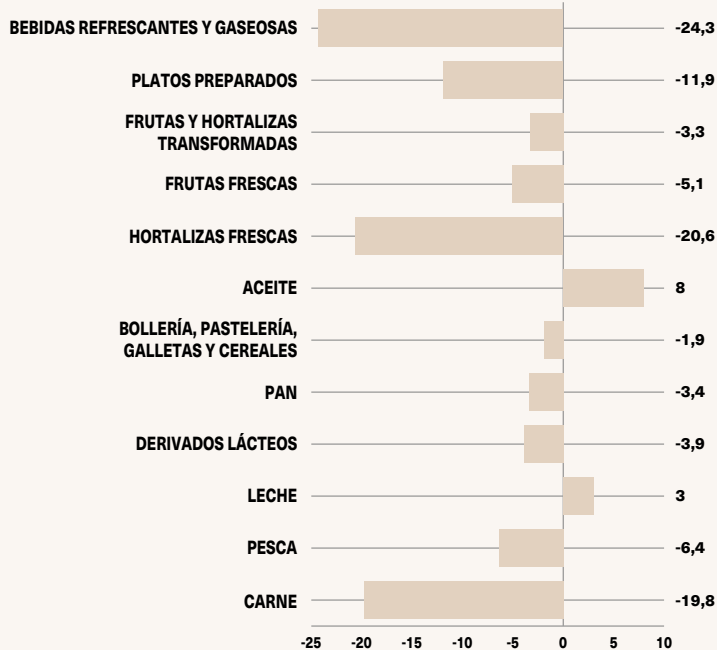


en carne (-19,8%), hortalizas frescas (-20,6%), frutas frescas (-5,1%), platos preparados (-11,9%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-24,3%).

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CANTABRIA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	28,8	2,0	19,9
CARNE	247,3	17,0	-18,6
PESCA	170,0	11,7	-11,3
LECHE	56,0	3,8	2,6
DERIVADOS LÁCTEOS	125,9	8,6	-6,7
PAN	68,9	4,7	-2,1
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	60,8	4,2	-11,5
CHOCOLATES Y CACAOS	29,1	2,0	7,7
ACEITE	45,9	3,1	19,1
VINO	27,9	1,9	19,8
CERVEZAS	18,5	1,3	-38,4
ZUMO Y NÉCTAR	08,3	0,6	1,6
PATATAS	26,7	1,8	-7,5
HORTALIZAS FRESCAS	90,2	6,2	-15,6
FRUTAS FRESCAS	151,7	10,4	-3,1
FRUTOS SECOS	24,6	1,7	-5,9
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	32,7	2,2	9,5
PLATOS PREPARADOS	63,7	4,4	-19,7
CAFÉS E INFUSIONES	25,9	1,8	-17,0
AGUA MINERAL	12,5	0,9	0,8
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	32,6	2,2	-13,5
OTROS PRODUCTOS	109,4	7,5	-4,0
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.457,1	100,0	-8,8

DESVIACIÓN DE CANTABRIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CANTABRIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
26 unidades de huevos	13 litros de agua mineral
1 kilos de yogur	7 litros de cervezas
1 litros de aceite	6 litros de leche semidesnatada
2 litros de leche líquida	4 kilos de frutas frescas
8 litros de leche desnatada	10 kilo de hortalizas frescas
2 litros de vinos y derivados	3 kilo de carne de pollo
1 kilo chocolate y cacao	1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos
2 kilos legumbres	9 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
2 litros aceite de oliva	

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades dedicadas a servicios de restauración y bares se cifran en 3.621 (un 1,3% sobre el total nacional). Respecto a otras comunidades autónomas, Can-

tabria cuenta con un equipamiento de restaurantes, bares y hoteles reducido. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CANTABRIA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CANTABRIA	3.621	944	2.560	117	15.608
CANTABRIA/ESPAÑA (%)	1,3	1,1	1,5	0,6	1,0

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANTABRIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

PICÓN BEJES-TRESVISO *

QUESO-NATA DE CANTABRIA *

QUESUCOS DE LIÉBANA *

MIEL

MIEL DE LIÉBANA ****

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

CARNE DE CANTABRIA *

GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES

SOBAO PASIEGO

VINOS DE LA TIERRA

LIÉBANA

COSTA DE CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

MIEL

PATATA

PIMIENTO DE ISLA

PUERRO

TOMATE

QUESO DE OVEJA CURADO

EMBUTIDOS CRUDOS CURADOS DERIVADOS DE ESPECIES CINEGÉTICAS

AGUARDIENTE DE ORUJO

BERZA "ASA DE CÁNTARO"

LECHE PASTEURIZADA

CARICO MONTAÑÉS

ARÁNDANO

SEMICONSERVA DE FILETES DE ANCHOA EN ACEITE

LIMÓN

HUEVOS DE GALLINAS CAMPERAS

AGRICULTURA ECOLÓGICA

AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CANTABRIA



**** Protección nacional transitoria / Inscrita en el Registro de la UE

CASTILLA-LA MANCHA



AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de Castilla-La Mancha ascendió en 2022 a 6.633 millones de euros. A esta cantidad, la Producción Final Vegetal (PFV) contribuyó con 4.277 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) con 2.108 millones de euros. El resto de la PFA fueron aportaciones del sector servicios y de otras producciones agrarias, que sumaron cerca de 247 millones de euros.

El gasto en consumos intermedios supuso un coste muy superior al del año precedente y finalmente, la Renta Agraria se estimó en 3.084 millones de euros.

El año agrícola se caracterizó de nuevo por las malas cosechas de cereales, incluida la de maíz que el año anterior había sido buena. En esta región, más del 65% la PFA procede de las producciones vegetales, entre las que destacan las hortalizas (que aportan aproximadamente el 30%), las frutas y el vino.

Castilla-La Mancha es la primera región vitivinícola de España y de la Unión Europea. La producción de vino en 2022 superó los 18,5 millones de hectolitros, lo que supuso un aumento del 0,65% con respecto a la producción de 2021.

En el sector de las hortalizas descendieron las producciones de ajo, melón o sandía; mientras que aumentaron otras, como pimiento y tomate.

El champiñón es otra producción agrícola muy representativa de Castilla-La Mancha. En 2022 el balance

para el cultivo fue bueno, en consonancia con lo sucedido un año antes.

Por su parte, la campaña de aceite de oliva (2022/2023) fue mucho peor que la anterior (un 47% menos).

En el mismo sentido, la producción de almendra se redujo con respecto a la del año anterior (43%) y entre las frutas de hueso (melocotón, etc.) se produjeron importantes descensos de cosecha, al contrario que en el año precedente.

Finalmente, los cultivos oleaginosos (colza y girasol), tuvieron un mal balance y lo mismo sucedió con algunas legumbres como las lentejas.

Con respecto al sector ganadero, las aportaciones a la renta más importantes son las que hace el subsector cárnico y, especialmente, el porcino y el ovino-caprino. En 2022 la producción de carne de porcino se redujo después de años creciendo y se situó en 392.000 toneladas (5,3% menos). Igualmente, descendió un 9,4% la producción de carne de pollo, que es la segunda en importancia dentro de esta región, y lo mismo sucedió con la carne de conejo. Sin embargo, el resto de las producciones cárnicas (vacuno y ovino) fueron mejores que un año antes.

En cuanto a las producciones lácteas, un año más fueron superiores en volumen las de vaca y oveja, pero no así la de cabra. Se produjeron 283.730 toneladas de leche de vaca (un 1,9% más); casi 168.400 toneladas de

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2021	2022
ACEITE DE OLIVA	127,4	66,3
AJOS	201,8	177,7
ALMENDRA CÁSCARA	44,8	25
AVENA	424,8	286
CEBADA	2.430,38	1.878,9
CEBOLLAS	752,8	608,1
CHAMPIÑÓN	76,9	77
COLZA	32	26,9
GIRASOL	121,6	96
LECHUGA	67,7	54,8
LENTEJAS	22,57	19,90
MAÍZ	244	216,9
MELOCOTÓN	48,3	30,1
MELONES	166,1	143,4
PATATAS	53,2	43,2
PIMIENTOS	41,7	43,2
SANDÍAS	212,2	186,5
TOMATE	93,6	94,1
TRIGO	923,7	865
TRITICALE	204	177
VINOS (miles de hl.)	18.464,4	18.584,13
ZANAHORIAS	20,1	17,8
CARNE DE VACUNO	53,6	57,9
CARNE DE PORCINO	414	392
CARNE DE OVINO	15	15,6
CARNE DE AVES	65,4	59,2
CARNE DE CONEJO	3,6	2,9
CARNE DE CAPRINO	0,9	0,9
LECHE DE CABRA	75,8	69,5
LECHE DE OVEJA	166,17	168,4
LECHE DE VACA	278,29	283,73
HUEVOS (Millones de docenas)	268,4	244,5

FUENTE: MAPA.

leche de oveja y 69.500 toneladas de leche de cabra. También cuentan con una importante producción de miel y de huevos (en Castilla-La Mancha está del 26% del censo nacional de gallinas ponedoras).

Por lo que respecta a las exportaciones agroalimentarias, la evolución fue positiva en consonancia con los años precedentes. En concreto, el valor de las ventas superó los 3.269 millones de euros, un 11% más que un año antes. Las exportaciones agroalimentarias representaron el 4,9% del total nacional y esta comunidad es la sexta en ventas agroalimentarias al exterior. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CASTILLA-LA MANCHA (Millones de Euros)

Subsectores	CASTILLA-LA MANCHA	% CASTILLA-LA MANCHA/ ESPAÑA
	Cifra de Negocio	Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	8.835	7,1
Industria cárnica	2.602,0	8,7
Industria de Pescado	17,2	0,3
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	504	4,5
Aceites y Grasas	449,4	4,7
Productos Lácteos	1.599,6	16,5
Molinería y almidones	121,8	3,2
Panadería y pastas alimenticias	446,2	5,3
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	279,7	8,6
Café, Té e infusiones	3,3	0,1
Espicias, salsas y condimentos	15,9	1,2
Platos y comidas preparadas	29,5	1,3
Preparados alimenticios homogeneizados	25,1	2,4
Otros productos diversos	61,7	2,6
Productos alimentación animal	485,8	3,1
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	175,9	16,7
Vinos	1.501,7	22
Sidra y otras bebidas fermentadas	9,8	8,7
Cerveza y malta	93	2,8
Bebidas no alcohólicas	413	8,6

FUENTE: MAPA. Datos de 2020

CASTILLA-LA MANCHA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	220	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	8	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	104	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	187	
Fabricación de productos lácteos	145	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	36	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	882	
Fabricación de otros productos alimenticios	163	
Fabricación de productos para alimentación animal	87	
Fabricación de bebidas	454	
TOTAL	2.286	

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Castilla-La Mancha cuenta con 2.049.980 habitantes y 79.409 km² de extensión. Las provincias de Toledo y Ciudad Real superan los 400.000 habitantes. El gasto medio por persona del consumidor castellano-manchego está por debajo de la media nacional (un 14,2%).

En Castilla-La Mancha hay 23.442 locales comerciales minoristas. Los establecimientos especializados

en la distribución de alimentación y bebidas se cifran en 4.399. Toledo tiene el 32,3%; Ciudad Real, el 27,3%; Albacete, el 20,7%; Cuenca, el 11,0%; y Guadalajara, el 8,7%. Esta comunidad autónoma cuenta con 1.143 supermercados y 20 hipermercados, que en conjunto alcanzan una superficie de venta de 622.308 m² y una densidad comercial de 303,6 m² por cada 1.000 habitantes. La venta ambulante y en mercadillos cuenta con 1.997 actividades, un 4,9% sobre el conjunto de España.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CASTILLA-LA MANCHA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CASTILLA-LA MANCHA	23.442	4.399	725	225	193	20	1.997
CASTILLA-LA MANCHA/ESPAÑA (%)	4,3	4,2	5,5	4,0	4,1	3,9	4,9

CONSUMO ALIMENTARIO

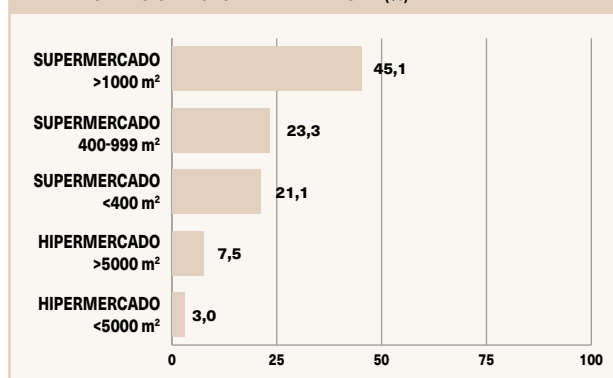
Durante el año 2022, Castilla-La Mancha registró un gasto per cápita en alimentación de 1.427,8 euros (un -10,6% inferior a la media nacional). Carne (21,4%), pescado (12,1%), frutas frescas (9,2%), derivados lácteos (7,5%), pan (4,9%), hortalizas frescas (6,1%), platos preparados (4,8%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,5%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Castilla-La Mancha cuentan con un gasto superior en bebidas refrescantes y gaseosas (7,9%), leche (10,5%), carne (0,5%) y cervezas (0,5%) mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-51,3%), frutos secos (-9,9%), aceite (-34,4%), huevos (-16,4%), derivados lácteos (-20,2%), hortalizas frescas (-18,0%), frutas frescas (-15,9%) o café e infusiones (-32,6%).

En términos medios, durante el año 2022 cada persona en Castilla-La Mancha consumió 119 huevos, 42,5 kilos de carne, 18,6 kilos de pescado, 73,2 litros de leche, 28,8 kilos de derivados lácteos, 28,3 kilos de pan, 7,1 litros de aceite, 22,9 litros de cerveza, 43,1 kilos de hortalizas frescas, 74,1 kilos de frutas frescas, 15,3 kilos de platos preparados, 71,1 litros de agua embotellada y 44,0 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 (19,3%), leche (11,9%), frutas y hortalizas transformadas (3,7%), pan (1,3%) y carne (8,9%), mientras que, por

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CASTILLA LA MANCHA (%)

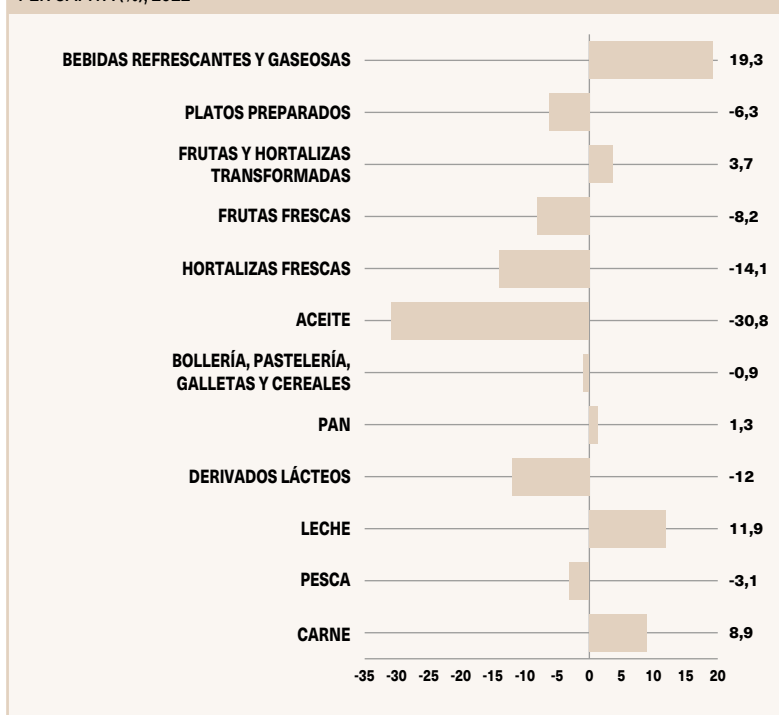


el contrario, el consumo es menor en hortalizas frescas (-14,1%), aceite (-30,8%), derivados lácteos (-12,0%), frutas frescas (-8,2%), pesca (3,1%) y platos preparados (-6,3%).

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,1	1,4	-16,4
CARNE	305,1	21,4	0,5
PESCA	172,4	12,1	-10,0
LECHE	60,3	4,2	10,5
DERIVADOS LÁCTEOS	107,7	7,5	-20,2
PAN	70,7	4,9	0,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	64,6	4,5	-5,9
CHOCOLATES Y CACAOS	22,4	1,6	-16,9
ACEITE	25,3	1,8	-34,4
VINO	11,3	0,8	-51,3
CERVEZAS	30,1	2,1	0,5
ZUMO Y NÉCTAR	06,0	0,4	-25,8
PATATAS	25,3	1,8	-12,1
HORTALIZAS FRESCAS	87,7	6,1	-18,0
FRUTAS FRESCAS	131,6	9,2	-15,9
FRUTOS SECOS	23,6	1,7	-9,9
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	27,1	1,9	-9,2
PLATOS PREPARADOS	69,1	4,8	-12,9
CAFÉS E INFUSIONES	21,0	1,5	-32,6
AGUA MINERAL	11,7	0,8	-5,7
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	40,7	2,9	7,9
OTROS PRODUCTOS	93,8	6,6	-17,7
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.427,8	100,0	-10,6

DESVIACIÓN DE CASTILLA LA MANCHA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CASTILLA-LA MANCHA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
7 litros de gaseosas y bebidas refrescantes	7 kilos de hortalizas frescas
8 litros total leche líquida	7 kilos de frutas frescas
7 litros de agua mineral	11 unidades de huevos
3 kilos de carne	4 kilos de derivados lácteos
2 kilos de carne fresca	3 kilos de patatas
1 kilo de carne de cerdo	2 litros de leches fermentadas
1 litro de cervezas	1 kilos de queso
3 kilo de carne transformadas	3 litros de aceite
1 litro batido de leche	2 litros de vino y derivados

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Los locales relacionados con actividades de restauración y bares son 10.279 (un 3,7% sobre el total nacio-

nal) y se distribuyen principalmente en Toledo (31,8%), Ciudad Real (23,5%) y Albacete (20,6%). ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CASTILLA-LA MANCHA	10.279	2.107	7.584	588	31.229
CASTILLA-LA MANCHA / ESPAÑA (%)	3,7	2,5	4,3	3,0	2,1

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

ALMANSA
 JUMILLA **
 LA MANCHA
 MANCHUELA
 MÉNTRIDA
 MONDÉJAR
 UCLÉS
 RIBERA DEL JÚCAR
 VALDEPEÑAS

PAGOS

CALZADILLA
 CAMPO DE LA GUARDIA
 CASA DEL BLANCO
 LOS CERRILLOS
 DEHESA DEL CARRIZAL
 DOMINIO DE VALDEPUSA
 FINCA ÉLEZ
 GUIJOSO
 LA JARABA
 PAGO FLORENTINO
 VALLEGARCIA
 EL VICARIO

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

CARNE DE ÁVILA **/
 CORDERO MANCHEGO
 CORDERO SEGREÑO **/

HORTALIZAS

AJO MORADO DE LAS PEDROÑERAS °
 BERENJENA DE ALMAGRO °
 MELÓN DE LA MANCHA °
 CEBOLLA DE LA MANCHA °

TURRONES, BOLLERÍA Y DULCES

MAZAPÁN DE TOLEDO °

HARINAS

PAN DE CRUZ DE CIUDAD REAL °



VINOS

VINOS DE LA TIERRA DE CASTILLA

FRUTOS SECOS

NUECES DE NERPIO **/

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 ALDUCIA
 ACEITE DE LA ASOCIACIÓN SIERRA DE ALCARAZ
 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

CASTILLA Y LEÓN

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor alcanzado por la Renta Agraria de Castilla y León en 2022 fue de 2.821 millones de euros. Esta cifra fue inferior a la del año anterior como consecuencia, principalmente, de la mala evolución de la Producción Final Vegetal (PFV).

Más en concreto, la Producción Final Agraria (PFA) alcanzó un valor de 7.934 millones de euros, de los que 3.903 millones de euros correspondieron a la PFV y 3.800 millones a la Producción Final Ganadera (PFG). Además, a la producción final agraria se sumó la aportación de los servicios y las otras producciones agrarias, que rondó los 231 millones de euros.

Como suele ser habitual, los cereales generaron el 50% de la PFA, de ahí que su evolución determinara

el resultado final. La producción de cebada se redujo un 30% (en 2021 también descendió); la de centeno un 45%; la de avena un 38%; la de trigo un 42% y la de maíz un 15%.

A muy larga distancia, el segundo grupo de cultivos en importancia económica fue del de las plantas industriales, en el que se incluyen la remolacha y las oleaginosas. También fue menor la producción de remolacha (23%), pero no así las cosechas en colza y girasol.

El sector vitivinícola es el cuarto en importancia, de cara al cálculo de la renta agraria regional. La producción resultó un 11% superior, con algo más de 2,29 millones de hectolitros, de los cuales la mayor parte fueron vinos con denominación de origen.

Entre las hortalizas y tubérculos destacó la patata, cuya cosecha superó las 710.000 toneladas (12% menos que el año precedente). Otros cultivos hortícolas importantes fueron las cebollas y los ajos, que también saldaron el año con mejores cosechas, al igual que sucedió en 2021.

Castilla y León tiene también una pequeña producción de aceite de oliva (600 toneladas en la campaña 2022/2023, después de haber caído la producción).

De cara a la renta agraria, la importancia de la agricultura y de la ganadería en la región está muy equilibrada, pero en los últimos años la segunda gana sobre la primera por su positiva evolución en cuanto a precios y producciones.

Las principales cabañas tuvieron mejores resultados. Así, el porcino, que aporta más de un tercio del valor de la producción ganadera, registró un incremento de producción de carne (3%) y lo mismo sucedió con la carne de cabra (28% más), ovino (5%), aves (9%) y vacuno (8%). Sólo las producciones de carne de conejo y equino, las más minoritarias, resultaron inferiores a las del año anterior.

Por su lado, la producción de leche de vaca disminuyó un 1%, hasta las 922.860 toneladas. Además, se produjeron 278.300 toneladas de leche de oveja (la mayor de España, aunque fue un 2% inferior a la de 2021) y 28.000 toneladas de leche de cabra, un



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2021	2022
ACEITE DE OLIVA	1,6	0,6
AJOS	19,2	18,7
CENTENO	228,7	126,7
AVENA	227,4	140,1
CEBADA	3.100,3	2.172,91
CEBOLLAS	84,4	83,3
COLZA	108	119,24
GARBANZOS	7,5	7
GIRASOL	330	329,9
GUISANTES SECOS	60,6	41,20
LECHUGAS	3,4	2,7
LENTEJAS	8,16	7,3
MAÍZ	1.631	1.383,1
MANZANAS MESA	39	51,2
PATATAS	810	710,9
PUERRO	30,2	21,6
PERA	15,3	12,7
REMOLACHA AZUCARERA	1.773,8	1.364,9
TRIGO	3.883,3	2.636,2
VINOS (miles de hl.)	2.060,4	2.294,5
ZANAHORIAS	207,5	168,9
CARNE DE AVES	130,1	141,8
CARNE DE CAPRINO	0,86	1,1
CARNE DE CONEJO	10	9
CARNE DE OVINO	36,4	38,1
CARNE DE PORCINO	631,3	650
CARNE DE VACUNO	111,3	119,7
CARNE DE EQUINO	0,6	0,5
LECHE DE CABRA	29,34	28
LECHE DE OVEJA	284,65	278,3
LECHE DE VACA	930,27	922,86
HUEVOS (Millones de docenas)	191	174

FUENTE: MAPA

2% menos que un año antes. Dentro de las producciones ganaderas también destacaron los huevos (la segunda producción más alta del país) y la miel.

Con respecto al comercio exterior, las exportaciones agroalimentarias de Castilla y León crecieron un 13,6% en 2022 hasta alcanzar un valor de 3.084,2 millones de euros (el 4,6% del total nacional). El grueso de las ventas al exterior de estos productos fueron puramente agrarias (agricultura y ganadería). ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN (Millones de Euros)		
Subsectores	CASTILLA Y LEÓN Cifra de Negocio	% CASTILLA Y LEÓN/ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	11111	9
Industria cárnica	3.101,2	10,4
Industria de Pescado	270,6	4,1
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	714,2	6,4
Aceites y Grasas	S/D	S/D
Productos Lácteos	1.585,6	16,4
Molinería y almidones	330,6	8,6
Panadería y pastas alimenticias	1.262,5	14,9
Azúcar	279,2	65,5
Cacao, Chocolate y confitería	38,9	1,2
Café, Té e infusiones	266,9	11,2
Espicias, salsas y condimentos	S/D	S/D
Platos y comidas preparadas	168,1	7,1
Preparados alimenticios homogeneizados	47,5	4,5
Otros productos diversos	175,4	7,4
Productos alimentación animal	1.748,7	11
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	135,3	12,8
Vinos	764,4	11,2
Sidra y otras bebidas fermentadas	0	0
Cerveza y malta	21,8	0,7
Bebidas no alcohólicas	173,9	3,6

FUENTE: MAPA. Datos de 2020

CASTILLA Y LEÓN. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	769	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	14	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	88	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	21	
Fabricación de productos lácteos	151	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	51	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	1.027	
Fabricación de otros productos alimenticios	130	
Fabricación de productos para alimentación animal	97	
Fabricación de bebidas	678	
TOTAL	3.026	

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Castilla y León cuenta con 2.376.687 habitantes y una extensión de 93.900 km², un 5,0% 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 superior a la media nacional (cerca de 3,2 puntos).

En Castilla y León se cuantifican 6.063 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 14,4%; Palencia un 6,7%; Ávila un 7,5%; Zamora un 7,7%; Segovia un 6,9%; y, por último, Soria un 3,8%.

En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 1.252 supermercados y 24 hipermercados (estos 1.276 establecimientos ocupan 741.993 m² y suponen una densidad comercial de 312,2 m² por 1.000 habitantes). Castilla y León cuenta con 1.492 actividades de comercio ambulante y mercadillos, el 3,6% del total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CASTILLA Y LEÓN	27.891	6.063	681	345	226	24	1.492
CASTILLA Y LEÓN/ ESPAÑA (%)	5,1	5,8	5,2	6,1	4,8	4,7	3,6

CONSUMO ALIMENTARIO

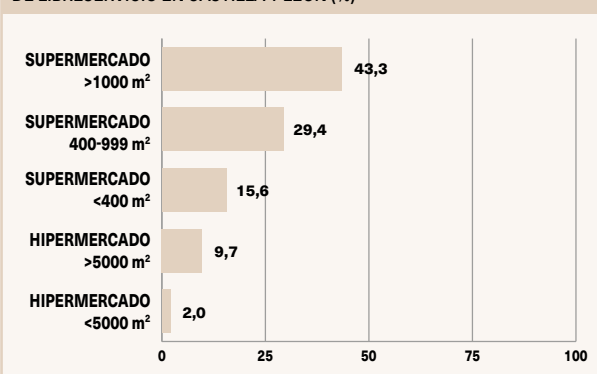
Durante el año 2022, Castilla y León registró un gasto per cápita en alimentación de 1.644,9 euros (un 3,0% superior a la media nacional). Carne (21,4%), pescado (12,8%), frutas frescas (10,2%), derivados lácteos (7,3%), pan (4,9%), hortalizas frescas (6,2%) y leche (4,5%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Castilla y León cuentan con un gasto superior en leche (35,3%), aceite (17,3%), carne (16,2%), pescado (9,8%) y pan (15,6%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-24,6%), cervezas (-18,2%), agua mineral (-24,4%), zumo y néctar (-12,5%), patatas (-12,4%), bebidas refrescantes y gaseosas (-14,4%) y platos preparados (-16,6%).

En términos medios, durante el año 2022 cada persona en Castilla y León consumió 132 huevos, 46,3 kilos de carne, 22,6 kilos de pescado, 90,1 litros de leche, 31,2 kilos de derivados lácteos, 32,7 kilos de pan, 12,2 litros de aceite, 16,5 litros de cerveza, 49,5 kilos de hortalizas frescas, 94,2 kilos de frutas frescas, 14,6 kilos de platos preparados, 4,9 litros de agua embotellada y 31,3 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Castilla y León se consume, en términos per cápita, una

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CASTILLA Y LEÓN (%)

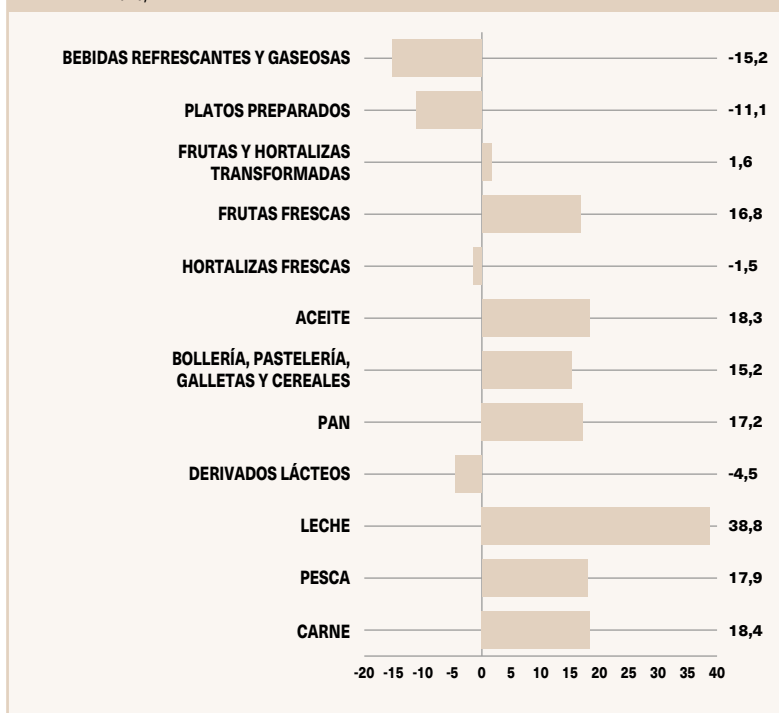


mayor cantidad de leche (38,8%), aceite (18,3%), pan (17,2%), carne (18,4%), pescado (17,9%) y frutas frescas (16,8%), mientras que, por el contrario, el consu-

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CASTILLA Y LEÓN (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	23,3	1,4	-2,9
CARNE	352,8	21,4	16,2
PESCA	210,3	12,8	9,8
LECHE	73,8	4,5	35,3
DERIVADOS LÁCTEOS	120,8	7,3	-10,5
PAN	81,3	4,9	15,6
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	74,4	4,5	8,4
CHOCOLATES Y CACAOS	28,3	1,7	4,9
ACEITE	45,2	2,7	17,3
VINO	17,5	1,1	-24,6
CERVEZAS	24,5	1,5	-18,3
ZUMO Y NÉCTAR	07,1	0,4	-12,5
PATATAS	25,2	1,5	-12,4
HORTALIZAS FRESCAS	102,2	6,2	-4,4
FRUTAS FRESCAS	167,5	10,2	6,9
FRUTOS SECOS	23,4	1,4	-10,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	30,2	1,8	1,0
PLATOS PREPARADOS	66,2	4,0	-16,6
CAFÉS E INFUSIONES	27,5	1,7	-11,7
AGUA MINERAL	09,4	0,6	-24,4
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	32,3	2,0	-14,4
OTROS PRODUCTOS	101,6	6,2	-10,8
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.644,9	100,0	3,0

DESVIACIÓN DE CASTILLA Y LEÓN CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



mo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-15,2%), platos preparados (-11,1%), derivados lácteos (-4,5%) y hortalizas frescas (-1,5%).

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CASTILLA Y LEÓN EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
25 litros de leche	6 litros de bebidas refrescantes
3 unidades de huevos	9 litros de agua mineral
14 kilos de frutas frescas	1 kilos de hortalizas frescas
7 kilos de carne fresca	3 kilos de patatas
5 kilos de pan	4 litros de cerveza
3 kilos de pescado fresco	1 kilos de derivados lácteos
2 litros de aceite	2 kilos de platos preparados
1 kilos de carne de vacuno	1 kilo de queso
3 kilos de carne de cerdo	1 kilo de arroz
2 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de pastas
1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos	1 litro de vino y derivados

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Hay 15.251 licencias concedidas para actividades de restauración y bares que suponen un 5,5% sobre el conjunto del país, lo que sitúa a Castilla y León entre las primeras comunidades autónomas con ma-

yor 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	15.251	2.748	11.982	521	54.637
CASTILLA Y LEÓN/ ESPAÑA (%)	5,5	3,3	6,8	2,6	3,7

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

VINOS

ARLANZA
ARRIBES
BIERZO
CIGALES
RIBERA DEL DUERO
RUEDA
TIERRA DE LEÓN
TIERRA DEL VINO DE ZAMORA
TORO
VINO DE PAGO. URIEÑA
VINO DE PAGO. DEHESA PEÑALBA
VINO DE PAGO. ABADÍA DE RETUERTA
SIERRA DE SALAMANCA
VALLES DE BENAVENTE
VALTIENDAS
CEBREROS

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 DE TIERRA DE CAMPOS *

HORTALIZAS

PIMIENTO ASADO DEL BIERZO *
PIMIENTO DE FRESNO-BENAVENTE *

EMBUTIDOS

BOTILLO DEL BIERZO
CHORIZO DE CANTIMPALOS
MORCILLA DE BURGOS

SALAZONES

CECINA DE LEÓN *

BOLLERÍA Y DULCES

MANTECADAS DE ASTORGA *

QUESOS

QUESO DE VALDEÓN *
QUESO LOS BEYOS **
QUESO CASTELLANO

CARNES

CARNE DE ÁVILA **/ *
CARNE 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
TERNERA CHARRA

HARINAS Y DERIVADOS

HORNAZO DE SALAMANCA
TORTA ARANDA
HARINA TRADICIONAL ZAMORANA
PAN DE VALLADOLID
FABIOLA DE VALENCIA

FRUTAS Y HORTALIZAS

CASTAÑA DEL BIERZO
CEREZA DE LAS CADERECHAS
ESPÁRRAGO DE TUDELA DE DUERO
PERA CONFERENCIA DEL BIERZO

MANZANA REINETA DE LAS CADERECHAS

SETAS DE CASTILLA Y LEÓN

CEREZA DEL BIERZO

HIGO DE GREDOS

LEGUMBRES

GARBANZO DE PEDROSILLO
JUDIÓN DE LA GRANJA
GARBANZO DE VALSECA

SALAZONES Y EMBUTIDOS

CECINA DE CHIVO DE VEGACERVERA
CHORIZO ZAMORANO
IBÉRICOS DE SALAMANCA
CHORIZO DE LEÓN
TORREZNO DE SORIA

QUESOS

QUESO ARIBES DE SALAMANCA

VINOS DE LA TIERRA

VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA Y LEÓN

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



CATALUÑA



AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de Cataluña ascendió en 2022 a 6.065 millones de euros. La Producción Final Vegetal (PFV) aportó 2.004 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) 3.940 millones de euros. El resto de la PFA lo aportaron otras producciones agrarias y el sector de servicios agrarios (unos 121 millones de euros aproximadamente).

Una vez descontados los consumos intermedios, que subieron, se desprende el valor de la Renta Agraria, que ascendió a 1.663 millones de euros.

El sector ganadero lidera la PFA catalana, aportando anualmente en torno al 64% del total. El subsector que lidera la producción es, con mucha diferencia respecto al resto, el porcino, que aporta más de la mitad de la PFG.

En 2022 se produjo una caída de la producción de carne de porcino (1%), que se situó en torno 2 millones de toneladas. Cataluña lidera la producción de carne, pero no tiene el mayor censo de porcino.

A mucha distancia del porcino se situó la producción de carne de pollo que, por el contrario, creció mode-

radamente (1%), al igual que la carne de vacuno (2%). Por su parte, fueron menores que un año antes las producciones de carne de ovino, caprino, conejo y equino.

En cuanto al sector lácteo, la producción de leche de vaca se redujo un 10%, hasta las 735.210 toneladas, pero los precios fueron mejores que un año antes. La producción de leche de vaca catalana se complementó con las aportaciones de leche de cabra y de oveja. La primera se redujo un 10% con respecto al año anterior y la segunda, mucho menos importante, se mantuvo estable, por debajo de las 1.000 toneladas.

Por su parte, en la PFV la producción de frutas es la más destacada, por delante de las hortalizas y los cereales. Entre la fruta de hueso, las cosechas de melocotón y nectarina fueron mucho peores que las del año anterior, que también fueron malas, y lo mismo sucedió con la de cereza (descendió un 66%).

Igualmente fueron mucho peores que en la anterior campaña las producciones de cítricos, especialmente la de naranja.

En cuanto a las hortalizas, aunque con excepciones, fueron peores las cosechas, especialmente para el pepino (12%) y el calabacín (22%). No obstante, en este grupo también hubo mejores cosechas, como fue el caso de la alcachofa.

La producción de vino registró un descenso del 14% con respecto al año anterior (se produjeron 2,7 millones de hectolitros). La mayor parte de esta producción está amparada por una denominación de origen.

En el sector de los cereales hubo peores cosechas en los de siembra de invierno (trigo, cebada, etc.), pero no así en los de siembras de primavera (maíz). Por su parte, la producción de arroz fue inferior en un 5% a la del año precedente. Finalmente, la producción de aceite en la campaña 2022/2023 disminuyó casi un 62%.

En cuanto al comercio exterior, Cataluña fue en 2022 la comunidad que más exportó dentro del grupo agroalimentario. En concreto, se registró un incremento de las exportaciones agroalimentarias del orden del 15,3%, hasta alcanzar un valor de 14.408 millones de euros, el 21,2% del total nacional.

PESCA EN CATALUÑA

La flota pesquera catalana estaba compuesta en 2022 por 637 embarcaciones (13 menos que un año antes), lo que representa el 7,36% del total español. Su arqueo llegaba a 16.655 GT (5,2 % del total) y su potencia a los 71.552 CV (9,43% del total nacional), mientras que su eslora total promedio de esta flota se sitúa en 13,80 metros. La antigüedad promedio de todas estas embarcaciones llega hasta los 33 años. Cataluña tiene 30 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional.

En 2022, las capturas de la flota pesquera de Cataluña llegaron a 21.129 toneladas, unas 1.400 toneladas más que un año antes. El grueso de estas capturas eran peces, especialmente boquerón y sardina.

En Cataluña hay 40 puertos pesqueros y 19 lonjas de primera venta, pero los puertos más importantes son los de Tarragona, Vilanova y la Geltrú, Barcelona y Blanes.

Las producciones acuícolas catalanas sumaron 8.415 toneladas, de las que 5.098 toneladas eran peces de mar y 3.317 moluscos (mejillones principalmente). La producción de 2022 fue muy inferior a la del año anterior, especialmente en el grupo de los peces.

Por otro lado, según datos del INE, había en 2022 un total de 50 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, dos menos que en el año precedente. ■

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2021	2022
ACEITE DE OLIVA	39	15
ALCACHOFAS	7,7	9,5
ALMENDRAS CÁSCARA	26,5	8
ARROZ CÁSCARA	134,4	127,48
AVELLANA CÁSCARA	6,9	8,6
CALABACÍN	7,9	6,2
CEBADA	691,6	522,7
CEBOLLAS	45,1	39,4
CEREZAS	13,4	4,5
COLIFLORES	8,7	8,8
COLZA	42,4	50,2
JUDÍAS VERDES	5,9	5,7
LECHUGAS	19,8	20,3
MAÍZ	426,6	460
MANDARINAS-CLEMENTINAS	116,6	100
MANZANA DE MESA	298,6	203,5
MELOCOTONES	198,4	89,7
MELONES	4	2,3
NARANJAS	38	21,9
NECTARINAS	140,7	58,8
PATATAS	23,6	20,4
PEPINO	6,5	5,7
PERAS	132,2	95
SANDÍAS	6,8	3,7
TOMATES	53,7	53,7
TRIGO	509,6	354,4
VINOS (miles de hl.)	3.134,9	2.707
CARNE DE AVES	350,1	353,8
CARNE DE CAPRINO	0,36	0,34
CARNE DE CONEJO	9,8	7,9
CARNE DE EQUINO	0,4	0,38
CARNE DE CAPRINO	0,35	0,34
CARNE DE OVINO	14,8	13,4
CARNE DE PORCINO	2.081	2.057
CARNE DE VACUNO	132,4	135,1
LECHE DE CABRA	5,2	4,7
LECHE DE OVEJA	1	1
LECHE DE VACA	750,78	735,21
HUEVOS (Millones de docenas)	97,1	88,5

FUENTE: MAPA

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Cataluña es la segunda comunidad autónoma en número de habitantes –7.679.192, un 16,2% sobre el total nacional–. Barcelona cuenta con más del 70% de la población. Esta comunidad autónoma tiene una extensión de 32.140 km². El gasto medio por persona de los consumidores catalanes está un 5,5% por encima de la media nacional.

Los locales especializados en la distribución de alimentación en Cataluña se cifran en 19.808 (un 18,8% sobre el total nacional); Barcelona tiene el 73,0%; Girona, el 11,4%; Tarragona, el 9,9%; y Lleida, el 5,7%. Cataluña cuenta con 4.325 supermercados y 78 hipermercados; estos 4.403 establecimientos ocupan 2.381.693 m² y suponen una densidad comercial de 310,1 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades para la venta ambulante y en mercadillos suman 6.930, 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 ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CATALUÑA	90.493	19.808	2.615	992	718	78	6.930
CATALUÑA/ESPAÑA (%)	16,6	18,8	20,0	17,4	15,2	15,2	16,8

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CATALUÑA

Subsectores	(Millones de Euros)	
	CATALUÑA Cifra de Negocio	% CATALUÑA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	28.865	23,3
Industria cárnica	10.078,6	33,8
Industria de Pescado	166,6	2,5
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	986,1	8,9
Aceites y Grasas	2.369	24,7
Productos Lácteos	832,4	8,6
Molinería y almidones	690,8	18,1
Panadería y pastas alimenticias	1.602,2	18,9
Azúcar	23,2	5,4
Cacao, Chocolate y confitería	964,8	29,8
Café, Té e infusiones	1.507,6	63,2
Espicias, salsas y condimentos	48,4	3,6
Platos y comidas preparadas	1.287,3	54,5
Preparados alimenticios homogeneizados	368,1	34,6
Otros productos diversos	511,2	21,5
Productos alimentación animal	4.962,9	31,4
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	160,1	15,2
Vinos	1.125,2	16,5
Sidra y otras bebidas fermentadas	11,5	10,2
Cerveza y malta	257,1	7,8
Bebidas no alcohólicas	911,8	19

FUENTE: MAPA. Datos de 2020



CATALUÑA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	528	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	49	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	130	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	201	
Fabricación de productos lácteos	184	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	51	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	1.134	
Fabricación de otros productos alimenticios	727	
Fabricación de productos para alimentación animal	131	
Fabricación de bebidas	780	
TOTAL	3.915	

FUENTE: INE.

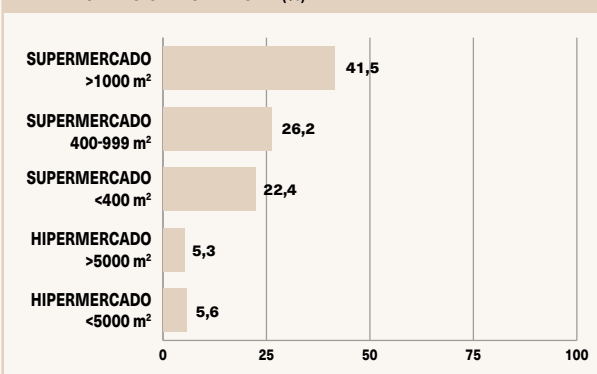
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2022, Cataluña registró un gasto per cápita en alimentación de 1.874,5 euros (un 17,3% superior a la media nacional). Carne (19,0%), pescado (11,9%), frutas frescas (9,7%), derivados lácteos (8,4%), hortalizas frescas (7,3%), pan (3,9%) y platos preparados (5,6%) 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 mineral (36,3%), vino (52,0%), platos preparados (31,6%) y cafés e infusiones (38,4%), mientras que, por el contrario, gastan menos en leche (-11,7%).

En términos medios, durante el año 2022 cada persona en Cataluña consumió 134 huevos, 41,8 kilos de carne, 20,3 kilos de pescado, 55,5 litros de leche, 34,6 kilos de derivados lácteos, 27,3 kilos de pan, 10,9 litros de aceite, 18,8 litros de cerveza, 61,2 kilos de hortalizas frescas, 88,1 kilos de frutas frescas, 20,7 kilos de platos preparados, 86,6 litros de agua embotellada y 36,9 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

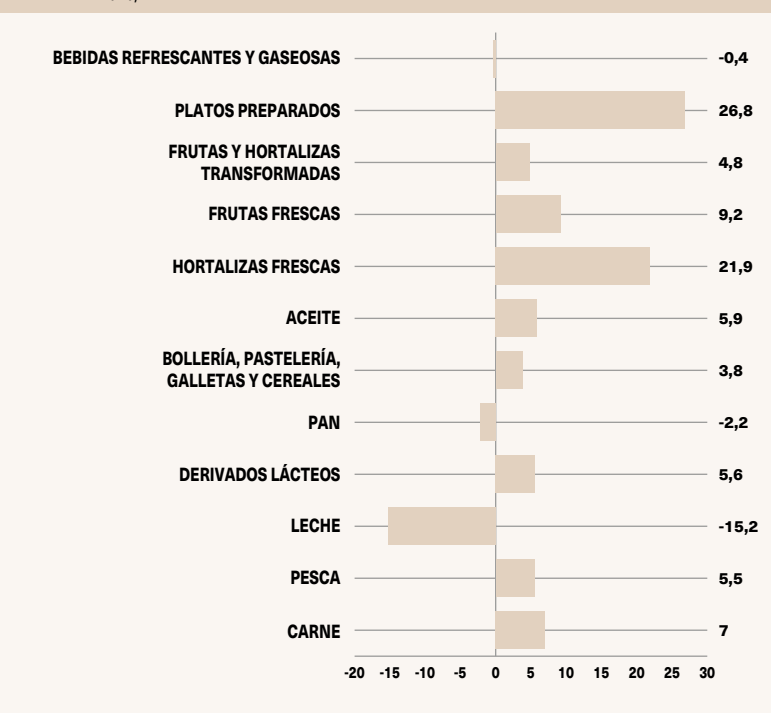
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CATALUÑA (%)



Tomando como referencia la media nacional, en Cataluña se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de platos preparados (26,8%), hortalizas frescas (21,9%), frutas frescas (9,2%), carne (7,0%) y frutas y hortalizas transformadas (4,8%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en leche (-15,2%), bebidas refrescantes y gaseosas (-0,4%) y pan (-2,2%).

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CATALUÑA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	25,9	1,4	7,9
CARNE	355,6	19,0	17,1
PESCA	222,7	11,9	16,2
LECHE	48,2	2,6	-11,7
DERIVADOS LÁCTEOS	157,4	8,4	16,6
PAN	74,0	3,9	5,2
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	79,8	4,3	16,3
CHOCOLATES Y CACAOS	28,4	1,5	5,2
ACEITE	42,1	2,2	9,2
VINO	35,3	1,9	52,0
CERVEZAS	32,2	1,7	7,2
ZUMO Y NÉCTAR	10,4	0,6	28,5
PATATAS	32,0	1,7	11,1
HORTALIZAS FRESCAS	137,5	7,3	28,6
FRUTAS FRESCAS	182,1	9,7	16,3
FRUTOS SECOS	32,8	1,7	25,3
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	32,3	1,7	8,0
PLATOS PREPARADOS	104,4	5,6	31,6
CAFÉS E INFUSIONES	43,1	2,3	38,4
AGUA MINERAL	16,9	0,9	36,3
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	41,4	2,2	9,7
OTROS PRODUCTOS	140,0	7,5	22,9
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.874,5	100,0	17,3

DESVIACIÓN DE CATALUÑA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022


HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares cuentan con 45.469 locales –un 16,3% sobre el total nacional– y se dis-

tribuyen en un 69,4% para Barcelona, 12,7% para Girona, 12,0% para Tarragona y 5,9% para Lleida. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CATALUÑA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CATALUÑA	45.469	16.284	25.367	3.818	243.948
CATALUÑA/ESPAÑA (%)	16,3	19,4	14,4	19,3	16,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CATALUÑA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
22 litros de agua mineral	10 litros de leche líquida
11 kilos de hortalizas frescas	3 litros de leche desnatada
7 kilos de frutas frescas	3 litros de leche semidesnatada
4 kilos de platos preparados	1 kilos de pan
5 unidades de huevos	2 litros de cerveza
3 litros de vino y derivados	1 litro gaseosas
3 kilos de carne fresca	
2 litros de vinos sin Denominación de Origen	
1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos	
2 kilo de pastas alimenticias	
1 kilo de carne de cerdo	
1 kilo de aceitunas	

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

ALELLA

CATALUÑA

CAVA **

CONCA DE BARBERÀ

COSTERS DEL SEGRE

EMPORDÀ

PENEDÈS

PLA DE BAGES

PRIORAT (DOCA)

TARRAGONA

TERRA ALTA

MONTSANT

INDICACIONES GEOGRÁFICAS
PROTEGIDAS

CARNES

POLLASTRE I CAPÓ DEL PRAT *
(POLLO Y CAPÓN DEL PRAT)VEDELLA DELS PIRINEUS CATALANS
(TERNERA DE LOS PIRINEOS CATALANES)

GALL DEL PENEDES *

EMBUTIDOS

LLONGANISSA DE VIC *
(SALCHICHÓN DE VIC)

FRUTAS

POMA DE GIRONA *
(MANZANA DE GIRONA)CLEMENTINES DE LES TERRES DE L'EBRE *
(CLEMENTINAS DE LAS
TIERRAS DEL EBRO)

HARINAS

PA DE PAGÈS CATALÀ *

HORTALIZAS

CALÇOT DE VALLS *

PATATES DE PRADES *
(PATATAS DE PRADES)

TURRÓN, BOLLERÍA Y DULCES

TORRÓ D'AGRAMUNT *
(TURRÓN DE AGRAMUNT)

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

RATAFÍA CATALANA *

BRANDY DEL PENEDÈS *

PRODUCCIÓN INTEGRADA

ACEITUNAS

CÍTRICOS

FRUTAS DE PEPITA

FRUTOS SECOS

FRUTA DE HUESO

PRODUCTOS HORTÍCOLAS

PRODUCTOS DE LA VIÑA

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSELL CATALÀ DE LA PRODUCCIÓ AGRÀRIA
ECOLÒGICAMARCA DE CALIDAD
ALIMENTARIA

MARCA «Q»

BOMBONES DE CHOCOLATE

CAPÓN

CERDO

CONEJO

CORDERO

GALLETAS

PESCADO AZUL

POLLO

QUESO

TERNERA

TURRONES DE PRALINÉ Y

TRUFADOS DE CHOCOLATE

DENOMINACIONES DE ORIGEN
PROTEGIDAS

ACEITES

LES GARRIGUES

SIURANA *

OLI DE TERRA ALTA *
(ACEITE DE TERRA ALTA)OLI DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ
(ACEITE DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ)OLI DE L'EMPORDÀ *
(ACEITE DEL EMPORDÀ)

ARROCES

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

FRUTAS

PERA DE LLEIDA *

FRUTOS SECOS

AVELLANA DE REUS

QUESOS

FORMATGE DE L'ALT URGELL I LA Cerdanya *
(QUESO DE L'ALT URGELL Y LA Cerdanya)

PRODUCTOS LÁCTEOS

MANTEGA DE L'ALT URGELL I LA Cerdanya *
(MANTEQUILLA DE L'ALT URGELL Y LA Cerdanya)

LEGUMBRES

MONGETA DEL GANXET *
FESOLS DE SANTA PAU *ESPECIALIDAD TRADICIONAL
GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO *

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CC.AA. / Inscrita en el Registro de la UE / DOCa: Denominación de Origen Calificada

COMUNIDAD DE MADRID



AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de la Comunidad de Madrid ascendió en 2022 a 365 millones de euros, de los que 210 millones correspondieron a la aportación de la Producción Final Vegetal (PFV) y 138 a las producciones ganaderas (PFG). El resto de la PFA (17 millones de euros) son aportaciones de otras producciones y servicios agrarios.

Considerados los consumos intermedios, añadidas las amortizaciones y restadas las subvenciones no vinculadas a los productos agrícolas y ganaderos, resultó una Renta Agraria cercana a los 146 millones de euros expresados a precios corrientes.

El peso económico del sector vegetal es mayor que el del ganadero. Dentro de la ganadería destaca la producción de carne y en concreto, las carnes de vacuno y porcino.

En 2022, la producción de carne de vacuno de la Comunidad de Madrid llegó a 42.800 toneladas (1% más). Como los precios de estas carnes subieron, la aportación a la renta agraria fue finalmente mucho mayor. La producción de carne de vacuno en Madrid representó el 5,8% del total nacional.

Por su lado, la producción de carne de porcino se redujo tras el aumento del año precedente (27% hasta

33.600 toneladas), lo que unido a la subida general de precios, equilibró la aportación a la renta. Por el contrario, aunque son más minoritarias, aumentaron la producciones madrileñas de carne de aves (4%), caprino (33%) y ovino (12%).

Dentro de la PFG tiene mucha importancia la producción de leche. En 2022 se redujo un 11% la producción de leche de vaca hasta las 55.800 toneladas. Madrid aportó casi el 0,8% de la producción nacional de leche de vaca, pero casi el 75% de esa producción se lleva a industrias de otras regiones. Además de leche de vaca, se produjeron 3.480 toneladas de leche de oveja (72% más) y 4.460 toneladas de leche de cabra (38% menos). El grueso de estas producciones lácteas se destinó a la elaboración de quesos.

Dentro de la PFV, los subsectores que más aportan son los cereales, las hortalizas, las legumbres y los cultivos forrajeros, que están muy vinculados a la ganadería. En general, las cosechas de cereal fueron mejores que las del año precedente, con excepciones como la de la cebada o la avena.

Las hortalizas tuvieron un año muy malo. Entre todas las producciones destacaron las cebollas, los melones y los pepinos, aunque su producción descendió drásticamente ese año.

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN MADRID

Subsectores	(Millones de Euros)	
	MADRID	% MADRID/ ESPAÑA
	Cifra de Negocio	Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	6.707	5,4
Industria cárnica	1.347,3	4,5
Industria de Pescado	98,5	1,5
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	944,1	8,5
Aceites y Grasas	603,3	6,3
Productos Lácteos	455,7	4,7
Molinería y almidones	10,8	0,3
Panadería y pastas alimenticias	765,2	9
Azúcar	1,4	0,3
Cacao, Chocolate y confitería	46,3	1,4
Café, Té e infusiones	28,1	1,2
Espicias, salsas y condimentos	13	1
Platos y comidas preparadas	62,9	2,7
Preparados alimenticios homogeneizados	157,5	14,8
Otros productos alimenticios	121,9	5,1
Productos alimentación animal	602,7	3,8
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	15,3	1,5
Vinos	173,5	2,5
Sidra y otras bebidas fermentadas	6	5,3
Cerveza y malta	1.240,3	37,6
Bebidas no alcohólicas	13,2	0,3

FUENTE: MAPA. Datos de 2020

Por su lado, la producción de vino se incrementó un 25% hasta los 69.900 hectolitros, de los que más de la mitad fueron amparados por la Denominación de Origen Protegida (DOP) Vinos de Madrid. La región cuenta con una superficie de viñedo de casi 10.500 hectáreas.

Asimismo, hay 28.700 hectáreas de olivares destinados a la producción de aceite y en la campaña 2022/2023, la producción de aceite rondó las 2.000 toneladas.

En 2022 volvieron a subir las exportaciones agroalimentarias de Madrid, manteniendo constante el crecimiento que iniciaron hace ya varios años. Se alcanzó un valor de 2.274,6 millones de euros, con un aumento del 10,9% respecto al año anterior. La Comunidad de Madrid representó el 3,45% de todo el comercio agroalimentario de España y fue la novena región en el ranking de las más exportadoras. ■

MADRID. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	179	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	41	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	61	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	58	
Fabricación de productos lácteos	79	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	12	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	609	
Fabricación de otros productos alimenticios	368	
Fabricación de productos para alimentación animal	46	
Fabricación de bebidas	252	
TOTAL	1.705	

FUENTE: INE.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2021	2022
ACEITE DE OLIVA	3	2
AJO	12,2	14,4
AVENA	14,4	11
CEBADA	107,8	105,4
CEBOLLAS	44,4	19,6
MAÍZ	52,1	56,4
MELÓN	5,8	3
PATATAS	27,9	6,5
PEPINO	13,5	6,5
PIMIENTO	0,6	0,1
TRIGO	69,8	73
VINOS (miles de hl.)	55,9	69,9
CARNE DE AVES	49,9	51,8
CARNE DE CAPRINO	0,09	0,12
CARNE DE OVINO	1,3	1,46
CARNE DE PORCINO	46	33,6
CARNE DE VACUNO	42,3	42,8
LECHE DE CABRA	7,22	4,46
LECHE DE OVEJA	12,6	3,48
LECHE DE VACA	62,35	55,8
HUEVOS (Millones de docenas)	21,7	20

FUENTE: MAPA

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Madrid es la tercera comunidad española en población y los 6.769.342 habitantes que tiene representan un 14,3% del total nacional. Existe una elevada densidad de habitantes por km², aproximadamente, unos 843. 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 casi 12 puntos.

En esta comunidad autónoma se alcanzan 11.570 establecimientos relacionados con la distribución de alimentación. Los supermercados e hipermercados suman 2.245 establecimientos que suponen 1.686.640 m²; con ello, la densidad comercial llega a los 249,2 m² por cada 1.000 habitantes –resulta ser la menor a nivel nacional-. Las actividades para venta ambulante y en mercadillos se cifran en 2.930, un 7,1% sobre el conjunto de España.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN MADRID

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
MADRID	66.644	11.570	1.010	606	571	58	2.930
MADRID/ESPAÑA (%)	11,7	11,0	7,7	10,6	12,1	11,3	7,1

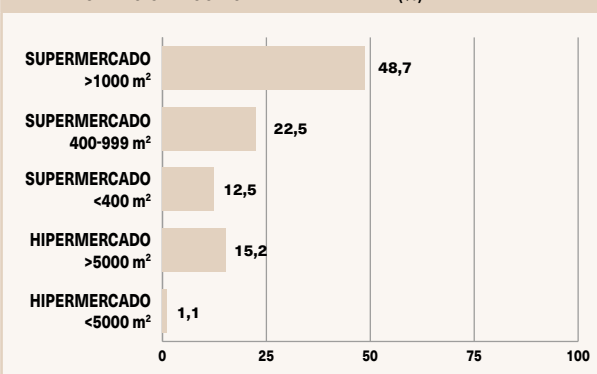
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2022, la Comunidad de Madrid registró un gasto per cápita en alimentación de 1.550,6 euros (un -2,9% inferior a la media nacional). Carne (19,8%), pescado (11,9%), frutas frescas (9,8%), derivados lácteos (8,2%), hortalizas frescas (6,3%), platos preparados (5,7%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,7%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de la Comunidad de Madrid cuentan con un gasto superior en platos preparados (11,4%), cervezas (12,2%), le-



SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN COMUNIDAD DE MADRID (%)



che (3,6%), bollería, pastelería, galletas y cereales (6,1%), frutas y hortalizas transformadas (4,8%) y carne (1,1%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-63,2%), pan (-16,4%), patatas (-7,4%), chocolates y cacao (-10,6%) y pesca (-3,3%).

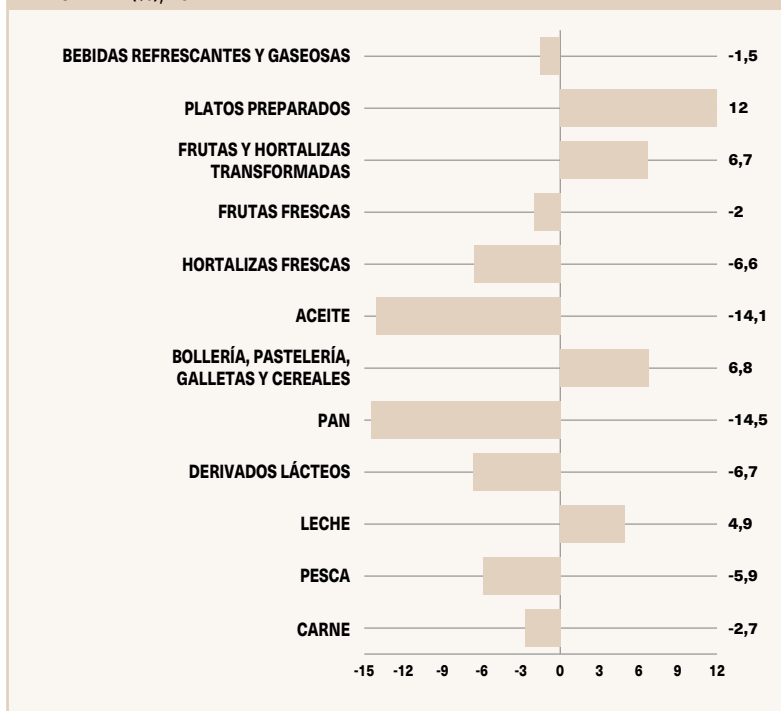
En términos medios, durante el año 2022 cada persona en la Comunidad de Madrid consumió 125 huevos, 38,0 kilos de carne, 18,0 kilos de pescado, 68,6 litros de leche, 30,5 kilos de derivados lácteos, 23,9 kilos de pan, 8,9 litros de aceite, 21,3 litros de cerveza, 46,9 kilos de hortalizas frescas, 79,0 kilos de frutas frescas, 18,3 kilos de platos preparados, 19,6 litros de agua embotellada y 36,3 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 (12,0%), frutas y

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN MADRID (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	22,4	1,4	-6,7
CARNE	306,9	19,8	1,1
PESCA	185,2	11,9	-3,3
LECHE	56,5	3,6	3,6
DERIVADOS LÁCTEOS	126,5	8,2	-6,2
PAN	58,8	3,8	-16,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	72,8	4,7	6,1
CHOCOLATES Y CACAOS	24,1	1,6	-10,6
ACEITE	34,4	2,2	-10,5
VINO	18,9	1,2	-18,6
CERVEZAS	33,7	2,2	12,2
ZUMO Y NÉCTAR	07,7	0,5	-4,7
PATATAS	26,7	1,7	-7,4
HORTALIZAS FRESCAS	98,3	6,3	-8,1
FRUTAS FRESCAS	151,4	9,8	-3,3
FRUTOS SECOS	25,4	1,6	-3,1
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	31,3	2,0	4,8
PLATOS PREPARADOS	88,4	5,7	11,4
CAFÉS E INFUSIONES	29,0	1,9	-7,0
AGUA MINERAL	04,6	0,3	-63,2
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	37,8	2,4	0,3
OTROS PRODUCTOS	109,6	7,1	-3,8
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.550,6	100,0	-2,9

DESVIACIÓN DE MADRID CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



hortalizas transformadas (6,7%), bollería, pastelería, galletas y cereales (6,8%) y leche (4,9%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pan (-14,5%), aceite (-14,1%), derivados lácteos (-6,7%), hortalizas frescas (-6,6%), pesca (-5,9%), carne (-2,7%) y frutas frescas (-2,0%).



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN MADRID EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
3 litros de leche líquida	45 litros de agua mineral
2 kilos de platos preparados	5 unidades de huevos
1 kilos de carne de vacuno	4 kilos de pan
1 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	2 kilos de patatas
1 litro de cervezas	3 kilos de derivados lácteos
1 kilos de frutas y hortalizas transformadas	3 kilos de hortalizas frescas
	2 kilo de frutas frescas
	1 litros de aceite
	1 kilos de carne de cerdo
	1 litro de vino y derivados
	1 kilo de yogur
	1 litros de bebidas refrescantes y gaseosas

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN MADRID

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
MADRID	32.005	10.417	18.473	3.115	112.872
MADRID/ESPAÑA (%)	11,5	12,4	10,5	15,8	7,6

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Hay 32.005 actividades relacionadas con servicios de hostelería y restauración –un 11,3% del total nacional–, lo que convierte a la Comunidad de Madrid en una de las comunidades con mayor dotación en este

tipo de establecimientos. El equipamiento de restaurantes, bares y hoteles sitúan a esta comunidad autónoma entre las primeras del país. ■



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE MADRID

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

VINOS DE MADRID

ACEITE

ACEITE DE MADRID

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

CARNE DE LA SIERRA DE GUADARRAMA*

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

CHINCHÓN

AGRICULTURA ECOLÓGICA

COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID



DENOMINACIONES DE CALIDAD

ACEITUNAS DE MESA

ACEITUNAS DE CAMPO REAL

MARCA DE GARANTÍA

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

MELÓN DE VILLACONEJOS

QUESO DE CABRA DE MADRID

QUESO PURO DE OVEJA DE MADRID



*Inscrita en el Registro de la UE

COMUNIDAD VALENCIANA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de la Comunidad Valenciana ascendió en 2022 a 3.733,5 millones de euros, de los que la Producción Final Vegetal (PFV) aportó 2.745 millones y la Producción Final Ganadera (PFG) cerca de 893,6 millones. Con respecto al año anterior, aumentó la PFG y se redujo mucho la PFV.

El resto de la PFA (95 millones) procedió de las aportaciones del grupo "otros servicios" y de "otras producciones agrarias". Finalmente, la Renta Agraria se situó en unos 1.511 millones de euros, frente a los 1.735 millones de un año antes.

Aproximadamente el 78% del valor generado por el sector agrario corresponde a la agricultura y el 22% restante a la ganadería.

La Producción Final Agraria (PFA) aumentó un 3,97% en valor, debido principalmente, a que el incremento del precio. Dentro de la PFA destacó en 2022 el aumento del valor de la Producción Final Ganadera (25,4%), que contrarrestó la caída del valor de las producciones vegetales (1,4%). Ese año bajaron en cantidad tanto las producciones vegetales, como las animales, mientras que los precios subieron en ambos grupos, pero especialmente entre los productos ganaderos.

En la Comunidad Valenciana destaca el peso de la producción vegetal sobre la renta agraria (73,5%). El descenso en valor aportado a la renta de la Producción Vegetal se debió principalmente a la caída del valor de las frutas y de los cítricos, ya que el valor generado por las hortalizas fue mayor en 2022, así como también

lo fue el de las flores y plantas de vivero. Todas estas producciones aportaron el 81% de todo el valor de la Producción Vegetal en 2022.

Con relación a los otros productos con menor peso específico, destacó el aumento en valor del arroz (+33,89%) y del aceite de oliva (+24,16%) y la minoración de la patata (-15,73%). En cuanto a la Producción Animal, el notable crecimiento del valor generado a efectos de la renta se debió tanto a la positiva evolución del grupo de las carnes, como a la de los productos animales (leche y huevos). En ambos grupos se incrementaron los precios, al tiempo que las cantidades producidas se mantuvieron en el caso de las carnes y bajaron en el de los productos ganaderos.

Las exportaciones agroalimentarias de la Comunidad Valenciana alcanzaron en 2022 un valor de 8.397 millones de euros (7,3% más que un año antes). Con respecto al total nacional, las exportaciones representaron el 24% y colocaron a la Comunidad Valenciana como la tercera en el ranking nacional. Casi la mitad de este valor de exportación correspondió a las frutas, con los cítricos en cabeza.

PESCA EN COMUNIDAD VALENCIANA

La flota pesquera de la Comunidad Valenciana estaba formada en 2022 por 521 embarcaciones (6% del total español y 14 barcos menos que un año antes), con un arqueo de 17.852 GT (5,58%), una potencia de 63.231 CV (8,33%) y una eslora promedio de 15,36 metros. La antigüedad media de esta flota es de 28 años. La



Comunidad Valenciana tiene 22 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional y 22 puertos base.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2021	2022
ACEITE DE OLIVA	22,4	8,8
ALBARICOQUE	24,3	4,5
ALCACHOFAS	66,8	68,5
ALMENDRAS CÁSCARA	37,9	15,8
APIO	26,3	24,9
ARROZ CÁSCARA	115,5	117,70
BERENJENA	12,6	11,8
BRÓCOLI	64,1	64,3
CALABACÍN	18,8	20,7
CALABAZA	41,6	36,4
CEBADA	41,7	24,9
CEBOLLAS	104,8	65,5
CIRUELA	12,2	4,6
COL-REPOLLO	42,7	42
COLIFLORES	36,3	36
LECHUGAS	70,7	53,6
LIMONES	268	242,8
MAÍZ	2,5	5,2
MANDARINAS.CLEMENTINAS	1.170,8	1.134,4
MELOCOTONES	15,3	10
MELONES	42	35
NARANJAS	1.609,3	1.416,5
PATATAS	77,5	46,0
PIMIENTOS	71,2	60,7
POMELO	17,3	17
SANDÍAS	78,7	73,8
TOMATES	69,1	63,2
TRIGO	15,9	9,6
UVAS DE MESA	99,6	108,1
VINOS (miles de hl.)	2.035,0	1.969,6
ZANAHORIAS	8,9	8,7
CARNE DE AVES	162,9	173,4
CARNE DE CONEJO	3,32	2,8
CARNE DE OVINO	7,8	7,5
CARNE DE PORCINO	127,6	128,2
CARNE DE VACUNO	87,4	88,7
LECHE DE CABRA	10,17	8,8
LECHE DE OVEJA	0,2	0,13
LECHE DE VACA	81,23	75,9
HUEVOS (Millones de docenas)	110,8	101

FUENTE: MAPA

Las capturas pesqueras desembarcadas en los puertos alcanzaron en 2022 un valor de 86,8 millones de euros (2,3% menos que en 2021) y un volumen de 17.233 toneladas (un 3,6% menos). Los puertos de Alicante comercializaron el 58% de toda la producción, pero individualmente el puerto de Castellón fue el que más pesca desembarcó. Por el volumen desembarcado destacan el boquerón y la sardina. Atendiendo a su valor, las principales especies fueron el boquerón, la gamba blanca y la merluza.

Por otro lado, las producciones acuícolas alcanzaron en 2022 un volumen de 16.098 toneladas, un 14% más que un año antes. Un tercio de la producción regional fue dorada y otro tercio lubina. No obstante, también se produjeron corvinas, pez limón, trucha, ostras y mejillones, entre otros.

Finalmente, había en 2022 un total de 70 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, según datos del INE. ■

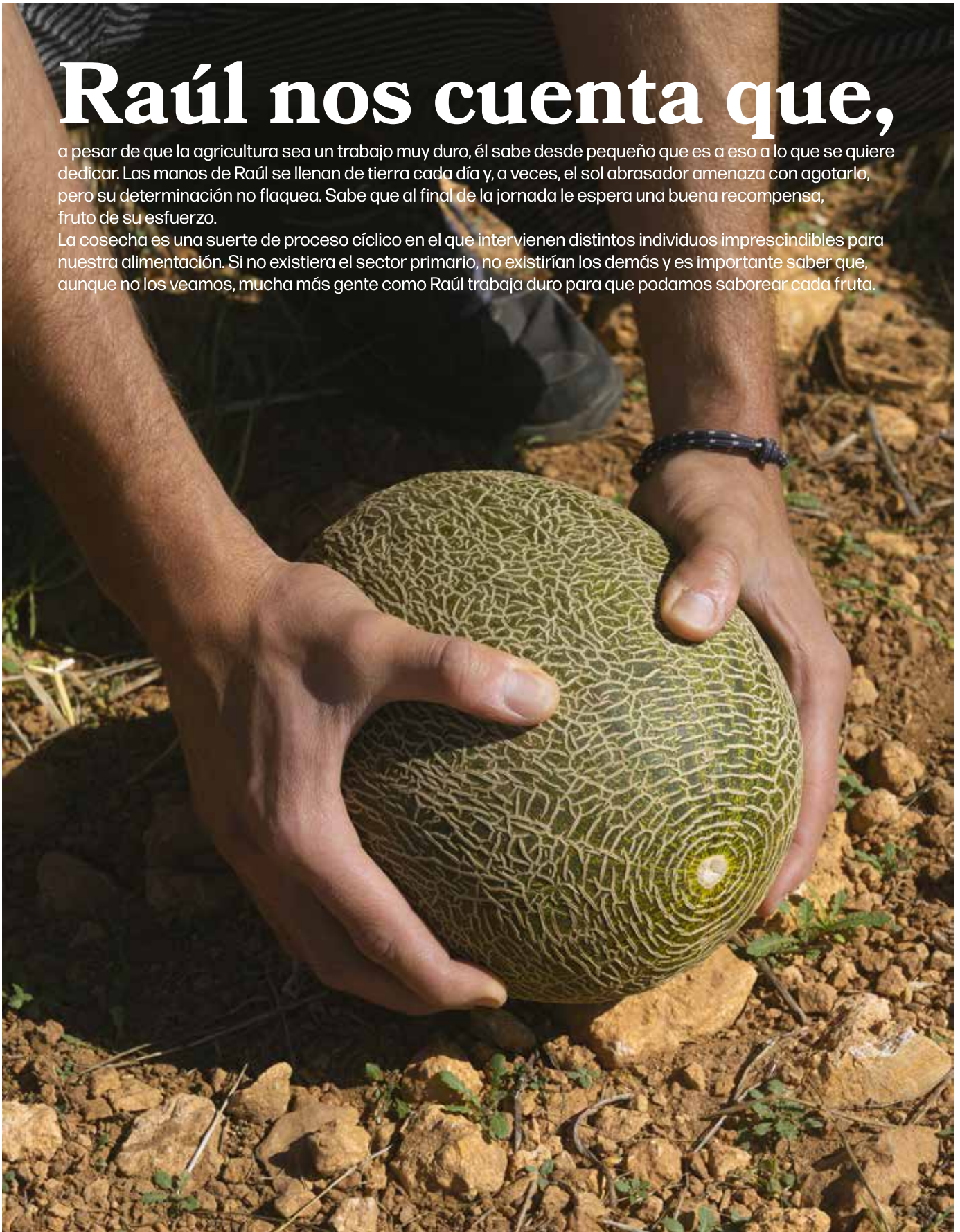
DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN COMUNIDAD VALENCIANA (Millones de Euros)		
Subsectores	C. VALENCIANA Cifra de Negocio	% C. VALENCIANA/ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	10.635	8,6
Industria cárnica	1.944,9	6,5
Industria de Pescado	315,4	4,8
Prep./Conservas frutas y hortalizas	1.790	16,1
Aceites y Grasas	136,1	1,4
Productos Lácteos	712,5	7,4
Molinería y almidones	1.032,4	27
Panadería y pastas alimenticias	1.203,3	14,2
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	667,6	20,6
Café, Té e infusiones	156,4	6,6
Especias, salsas y condimentos	269	20
Platos y comidas preparadas	146,9	6,2
Preparados alimenticios homogeneizados	53,9	5,1
Otros productos alimenticios	287,0	12,1
Productos alimentación animal	299,5	1,9
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	S/D	S/D
Vinos	417,7	6,1
Sidra y otras bebidas fermentadas	0	0
Cerveza y malta	356,2	10,8
Bebidas no alcohólicas	802,8	16,7

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

Raúl nos cuenta que,

a pesar de que la agricultura sea un trabajo muy duro, él sabe desde pequeño que es a eso a lo que se quiere dedicar. Las manos de Raúl se llenan de tierra cada día y, a veces, el sol abrasador amenaza con agotarlo, pero su determinación no flaquea. Sabe que al final de la jornada le espera una buena recompensa, fruto de su esfuerzo.

La cosecha es una suerte de proceso cíclico en el que intervienen distintos individuos imprescindibles para nuestra alimentación. Si no existiera el sector primario, no existirían los demás y es importante saber que, aunque no los veamos, mucha más gente como Raúl trabaja duro para que podamos saborear cada fruta.



Mercavalència apoya este proyecto transmedia que tiene como objetivo visibilizar la situación de las fruterías de barrio y fomentar el consumo de sus productos en jóvenes.
Fotógrafo: Javier Villena - Diseño: Blanca Gómez



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La Comunidad Valenciana cuenta con 5.072.550 habitantes y 23.254 km² de extensión, un 10,7% de la población y un 4,6% del territorio sobre el total nacional. Valencia tiene más de la mitad de los habitantes de la comunidad. En función del gasto medio por persona, el poder de compra de los consumidores valencianos está un 3,8% por debajo de la media nacional.

Esta comunidad autónoma tiene 10.454 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación. Valencia cuenta con el 45,9%; Alicante, con el 41,4%; y Castellón, el 12,7%. En la Comunidad Valenciana hay 2.119 supermercados y 53 hipermercados –estos 2.172 establecimientos generan una densidad comercial de 349,9 m² cada 1.000 habitantes–. Las actividades de venta ambulante y mercadillos alcanzan 6.242 (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 ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
C. VALENCIANA	60.094	10.454	864	515	740	53	6.242
C. VALENCIANA/ ESPAÑA (%)	11,1	9,9	6,6	9,0	15,7	10,4	15,2

COMUNIDAD VALENCIANA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

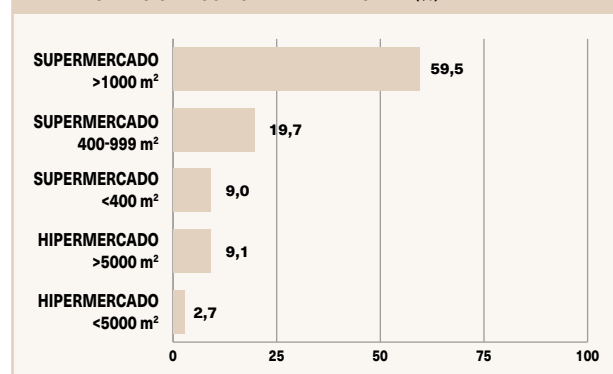
Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	205	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	64	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	147	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	137	
Fabricación de productos lácteos	86	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	46	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	1.151	
Fabricación de otros productos alimenticios	372	
Fabricación de productos para alimentación animal	28	
Fabricación de bebidas	292	
TOTAL	2.528	

FUENTE: INE.

CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2022, la Comunidad Valenciana registró un gasto per cápita en alimentación de 1.539,4 euros (un -3,6% inferior a la media nacional). Carne (19,0%), pescado (11,2%), derivados lácteos (8,7%), frutas frescas (9,3%), hortalizas frescas (7,2%), pan (4,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,3%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN COMUNIDAD VALENCIANA (%)



En comparación con la media nacional, los consumidores de la Comunidad Valenciana cuentan con un gasto superior en agua mineral (35,5%), frutos secos (9,0%), café e infusiones (9,8%) y zumos y néctares (6,7%) mientras que, por el contrario, gastan menos en aceite (-27,8%), vino (-10,5%), chocolates y cacao (-13,4%), leche (-12,1%), frutas y hortalizas transformadas (-6,0%), frutas frescas (-8,6%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-10,0%).

En términos medios, durante el año 2022 cada persona en la Comunidad Valenciana consumió 134 huevos, 39,4 kilos de carne, 17,5 kilos de pescado, 57,3 litros de leche, 31,2 kilos de derivados lácteos, 26,5 kilos de pan, 7,7 litros de aceite, 21,3 litros de cerveza, 52,6 kilos de hortalizas frescas, 74,4 kilos de frutas frescas, 16,7 kilos de platos preparados, 88,8 litros de agua embotellada y 34,1 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

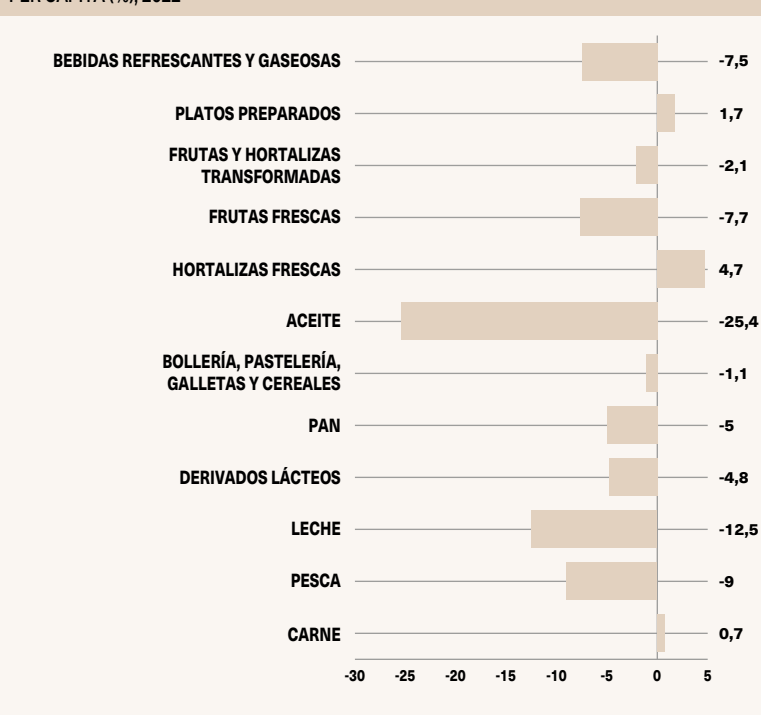
ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	24,4	1,6	1,6
CARNE	292,6	19,0	-3,6
PESCA	172,0	11,2	-10,2
LECHE	48,0	3,1	-12,1
DERIVADOS LÁCTEOS	134,1	8,7	-0,6
PAN	68,9	4,5	-2,1
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	66,1	4,3	-3,6
CHOCOLATES Y CACAOS	23,4	1,5	-13,4
ACEITE	27,8	1,8	-27,8
VINO	20,8	1,4	-10,5
CERVEZAS	28,9	1,9	-3,6
ZUMO Y NÉCTAR	08,7	0,6	6,7
PATATAS	28,1	1,8	-2,6
HORTALIZAS FRESCAS	110,7	7,2	3,5
FRUTAS FRESCAS	143,1	9,3	-8,6
FRUTOS SECOS	28,5	1,9	9,0
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	28,1	1,8	-6,0
PLATOS PREPARADOS	79,8	5,2	0,6
CAFÉS E INFUSIONES	34,2	2,2	9,8
AGUA MINERAL	16,8	1,1	35,5
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	34,0	2,2	-10,0
OTROS PRODUCTOS	120,5	7,8	5,8
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.539,4	100,0	-3,6

Tomando como referencia la media nacional, en la Comunidad Valenciana se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de hortalizas frescas (4,7%), platos preparados (1,7%) y carne (0,7%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-25,4%), frutas frescas (-7,7%), pan (-5,0%), leche (-12,5%), bebidas refrescantes y gaseosas (-7,5%) y pescado (-9,0%).



DESVIACIÓN DE C.VALENCIANA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
4 unidades de huevo	6 kilos de frutas frescas
25 litros de agua mineral	8 litros de leche líquida
2 kilos de hortalizas frescas	3 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
1 kilos de carne fresca	2 kilos de pescado fresco
1 kilos de carne de pollo	3 litros de leches fermentadas
1 kilos de arroz	2 litros de aceite de oliva
2 litros de cerveza	3 kilo de derivados lácteos
1 kilo de helados y tartas	2 kilo de yogurt
	1 litro de vino y derivados
	2 kilos de patatas

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 33.245 –un 11,9% sobre el conjunto de España, tercera comunidad autónoma con una participación más elevada– y se distribuyen en un 44,3%

para Valencia, un 44,2% para Alicante y un 11,5% para Castellón. La Comunidad Valenciana ocupa los primeros lugares a nivel nacional en equipamiento de restaurantes, bares y hoteles. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
COMUNIDAD VALENCIANA	33.245	11.378	19.216	2.651	124.764
COMUNIDAD VALENCIANA/ESPAÑA (%)	11,9	13,6	10,9	13,4	8,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA**DENOMINACIONES DE ORIGEN****VINOS**

ALICANTE

CAVA **/

UTIEL-REQUENA

VALENCIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS**FRUTAS**

KAKI DE LA RIBERA DEL XUQUER

NÍSPEROS DE CALLOSA D EN SARRIÀ

UVA DE MESA EMBOLSADA VINALOPÓ

GRANADA MOLLAR DE ELCHE

HORTALIZAS

ALCACHOFA DE BENICARLÓ

CHUFA DE VALENCIA

ARROCES

ARROZ DE VALENCIA

ACEITES

ACEITE DE LA COMUNITAT VALENCIANA

VINO DE PAGO

EL TERRERAZO

PAGO DE LOS BALAGUESES

PAGO CHOZAS CARRASCAL



PAGO VERA DE ESTENAS

PAGO DE THARSYS *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS**TURRÓN, BOLLERÍA, DULCES**

JJONA

TURRÓN DE ALICANTE

FRUTAS

CEREZAS DE LA MONTAÑA DE ALICANTE

CÍTRICOS VALENCIANOS

EMBUTIDOS

EMBUTIDO DE REQUENA: *

LONGANIZA

MORCILLA

VINOS

CASTELLÓ

INDICACIONES GEOGRÁFICAS**BEBIDAS ESPIRITUOSAS TRADICIONALES DE ALICANTE**

AÑÍ PALOMA DE MONFORTE DEL CID

APERITIVO-CAFÉ DE ALCOY

CANTUESO ALICANTINO

HERBERO DE LA SIERRA DE MARIOLA

AGRICULTURA ECOLÓGICA

AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

ALAJÚ

AJO TIERNO

BOTIFARRA DE CEBEA

CARNE DE CORDERO GUIRRO

CARNE DE CONEJO

CEREZA

CLOCHINA

COENT DE BURRIANA

EMBUTIDO OREADO AL PIMENTÓN

JAMÓN CURADO

LONGANIZA AL AJO

LONGANIZA DE PASCUA

LONGANIZA MAGRA

LONGANIZA SECA

MIEL DE AZAHAR

MIEL DE ROMERO

MORCILLA DE CEBOLLA Y PIÑONES

MORCILLA DE PAN

MORCILLETA DE CARNE

PERUSA

PIMIENTO SOL DEL PILAR

PLANTA ORNAMENTAL

QUESO BLANQUET

QUESO DE CASSOLETA

QUESO DE LA NUCÍA

QUESO DE SERVILLETA

QUESO TRONCHÓN

TOMATA DE PENJAR

TORTA DE GAZPACHO

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



EXTREMADURA



AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor estimado de la Producción Final Agraria (PFA) extremeña en 2022 se aproximó a 3.142 millones de euros, a cuya formación contribuyeron la Producción Final Vegetal (PFV) con 1.567 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) con 1.501 millones de euros. A estas partidas se sumaron las aportaciones de los servicios y de otras producciones, que sumaron unos 74 millones de euros.

Una vez considerados los costes de producción, las amortizaciones y las subvenciones que no estén vinculadas a los productos agrarios, se calculó una Renta Agraria para la región de 1.382 millones de euros.

Prácticamente, la mitad de la PFA corresponde a la aportación del sector agrícola. Las producciones vegetales que más aportan a la renta agraria regional son, por orden, las frutas, las hortalizas, los cereales y el aceite de oliva. Por su lado, en el grupo de las producciones ganaderas destaca la producción de carne (91% de toda la PFG), encabezada por la carne de porcino y vacuno.

Dentro de las frutas destacan las producciones de hueso, con la cereza y la ciruela en cabeza, dos producciones en las que Extremadura lidera la cosecha nacional. El balance fue bueno para estas frutas, a pesar de que

las cosechas de melocotón y cereza resultaron menores que las del año anterior.

Por el contrario, la producción de higos –también muy emblemática– fue menor que la del año precedente (31% menos) y eso que también 2021 fue malo para el sector.

En el grupo de las hortalizas, el tomate lidera el ranking regional de producción. La cosecha fue mala (30% menos) y lo mismo sucedió con el pimiento. También son importantes las producciones de sandía y melón.

Los cereales de siembras de otoño tuvieron una cosecha mala, con descensos del 17% en el caso de la cebada y mayor producción de trigo. Asimismo, fue inferior (56%) la cosecha de maíz.

En contra de la tendencia de los tres años anteriores, en 2022 aumentó la producción de vino (33% más) y con respecto al olivar, descendió un 65% la producción de aceite de oliva (campana 2022/2023) y un 66% la de aceituna de mesa.

En cuanto al sector ganadero, un año más el balance general resultó negativo por la caída de las producciones de carne y leche. Así, la carne de porcino, la que

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2021	2022
ACEITE DE OLIVA	104,2	36,2
ACEITUNAS DE MESA	201,7	68
ARROZ CÁSCARA	152,9	13,50
BRÓCOLI	54,4	42,2
CEBADA	140,8	117,2
CEBOLLAS	2	1,7
CEREZAS	44	37,6
CIRUELAS	101,1	116,0
GIRASOL	7,7	26
HIGO	38,6	26,5
MAÍZ	559,6	246,6
MELOCOTÓN	56,6	54,0
MELÓN	15,1	14,5
NECTARINA	68	70
PATATA	30,4	20,5
PIMIENTOS	27,6	23
SANDÍAS	14	8,2
TOMATE	2.226,6	1.551
TRIGO	219,4	229,3
VINOS (miles de hl.)	2.434,8	3.247,2
CARNE DE PORCINO	70,6	67,2
CARNE DE VACUNO	39,8	35,7
CARNE DE OVINO	3,6	3,2
CARNE DE AVES	74,9	80,8
CARNE DE CAPRINO	0,06	0,05
LECHE DE OVEJA	10,95	9,82
LECHE DE VACA	22,16	18,67
LECHE DE CABRA	38,18	36,4
HUEVOS (Millones de docenas)	27	24,6

FUENTE: MAPA

más aporta a la renta, se redujo un 5% y lo mismo sucedió con las de vacuno, ovino y caprino. En el lado positivo se situó la carne de aves, que alcanzó las 80.800 toneladas.

Respecto al sector lácteo, se redujo un 16% la producción de leche de vaca; un 5% la de cabra y un 10% la de oveja. Buena parte de las producciones de leche se destinan a la industria quesera.

Respecto al comercio exterior, las exportaciones agroalimentarias de Extremadura volvieron a crecer, al igual que en años anteriores. Así, el valor de las ventas exteriores fue de 1.405,3 millones de euros, un 25% más que en 2021, lo que supone el 2,1% de las ventas exteriores de España en este sector. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EXTREMADURA

Subsectores	(Millones de Euros)	
	EXTREMADURA Cifra de Negocio	%EXTREMADURA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	3.037	2,4
Industria cárnica	691,1	2,3
Industria de Pescado	13,8	0,2
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	862,2	7,8
Aceites y Grasas	299,7	3,1
Productos Lácteos	32,9	0,3
Molinería y almidones	109,5	2,9
Panadería y pastas alimenticias	74,1	0,9
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	25,8	0,8
Café, Té e infusiones	S/D	S/D
Especias, salsas y condimentos	211,3	15,7
Platos y comidas preparadas	0,7	0
Preparados alimenticios homogeneizados	0	0
Otros productos alimenticios	1,3	0,1
Productos alimentación animal	418,3	2,6
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	S/D	S/D
Vinos	235,6	3,5
Sidra y otras bebidas fermentadas	0	0
Cerveza y malta	0	0
Bebidas no alcohólicas	53,4	1,1

FUENTE: MAPA. Datos de 2020

EXTREMADURA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	219	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	3	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	106	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	117	
Fabricación de productos lácteos	92	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	23	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	500	
Fabricación de otros productos alimenticios	89	
Fabricación de productos para alimentación animal	64	
Fabricación de bebidas	133	
TOTAL	1.346	

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Extremadura tiene 1.053.317 habitantes y una extensión de 41.634 km². La provincia de Badajoz concentra más del 60% de la población. El poder de compra de los consumidores extremeños, tomando como referencia el gasto medio por persona, es inferior a la media nacional en 12,9 puntos.

En Extremadura se contabilizan 2.525 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación. Badajoz cuenta con un 62,3% mientras que Cáceres tiene el 37,7% restante. Hay instalados 889 supermercados y 11 hipermercados, que ocupan en conjunto un total de 328.051 m² y generan una densidad comercial de 311,4 m² por cada 1.000 habitantes. Hay 1.410 actividades de venta ambulante y en mercadillos, un 3,4% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EXTREMADURA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
EXTREMADURA	14.087	2.525	688	121	80	11	1.410
EXTREMADURA/ ESPAÑA (%)	2,6	2,4	5,3	2,1	1,7	2,1	3,4

EXTREMADURA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

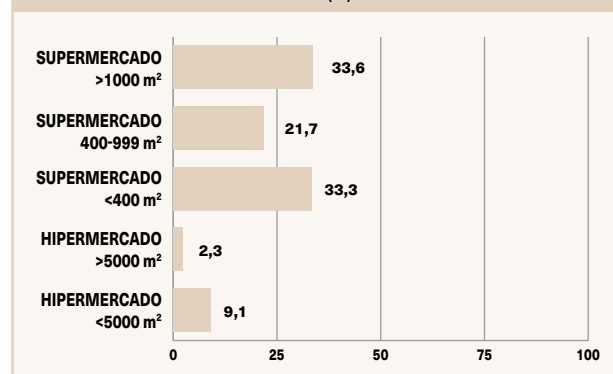
Subsectores	2020	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	229	6,3
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	6	1
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	103	7,1
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	117	7
Fabricación de productos lácteos	93	5,4
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	20	4,9
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	514	4,4
Fabricación de otros productos alimenticios	86	2,7
Fabricación de productos para alimentación animal	67	8,6
Fabricación de bebidas	143	2,7
TOTAL	1.235	4,9

FUENTE: INE.

CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2022, Extremadura registró un gasto per cápita en alimentación de 1.282,2 euros (un -19,7% inferior a la media nacional). Carne (18,2%), pescado (11,6%), frutas frescas (9,1%), derivados lácteos (9,3%), hortalizas frescas (6,7%), pan (4,6%) y leche (4,8%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN EXTREMADURA (%)



En comparación con la media nacional, los consumidores de Extremadura cuentan con un gasto superior en leche (13,8%) mientras que, por el contrario, gastan menos en el resto de partidas analizadas como, por ejemplo, vino (-47,3%), cafés e infusiones (-35,7%), zumos y néctares (-34,0%), platos preparados (-22,5%), agua mineral (-23,4%), huevos (-28,8%) o aceite (-24,1%).

En términos medios, durante el año 2022 cada persona en Extremadura consumió 97 huevos, 33,0 kilos de carne, 16,3 kilos de pescado, 77,2 litros de leche, 32,9 kilos de derivados lácteos, 24,1 kilos de pan, 8,1 litros de aceite, 22,9 litros de cerveza, 43,1 kilos de hortalizas frescas, 67,2 kilos de frutas frescas, 14,8 kilos de platos preparados, 60,5 litros de agua embotellada y 35,3 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Extremadura se consume, en términos per cápita, una

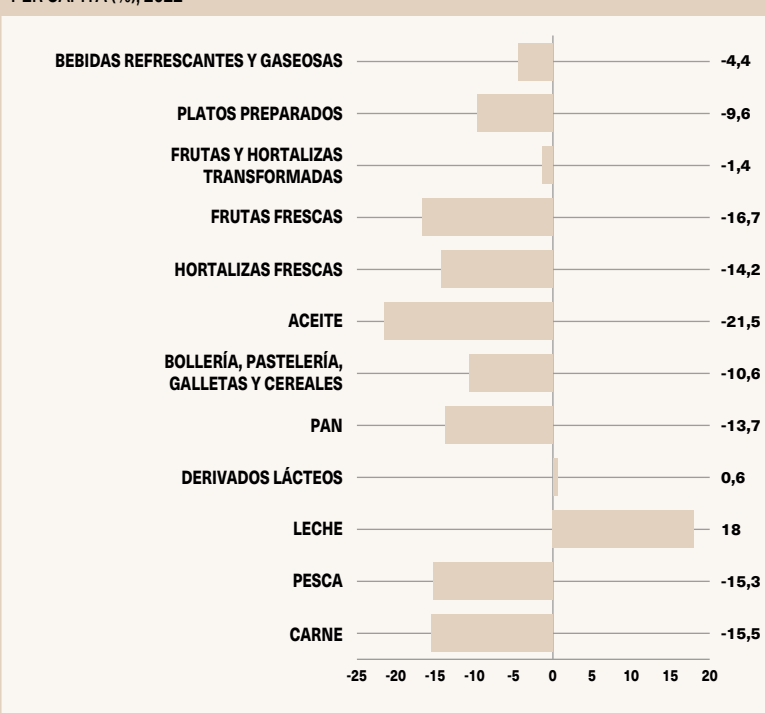
ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN EXTREMADURA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	17,1	1,3	-28,8
CARNE	233,7	18,2	-23,0
PESCA	148,6	11,6	-22,4
LECHE	62,1	4,8	13,8
DERIVADOS LÁCTEOS	118,9	9,3	-11,9
PAN	59,6	4,6	-15,3
BOLLERÍA, PASTERERÍA, GALLETAS Y CEREALES	54,2	4,2	-21,1
CHOCOLATES Y CACAOS	24,2	1,9	-10,4
ACEITE	29,2	2,3	-24,1
VINO	12,3	1,0	-47,3
CERVEZAS	29,4	2,3	-2,2
ZUMO Y NÉCTAR	05,4	0,4	-34,0
PATATAS	24,4	1,9	-15,4
HORTALIZAS FRESCAS	86,5	6,7	-19,1
FRUTAS FRESCAS	117,1	9,1	-25,2
FRUTOS SECOS	20,1	1,6	-23,3
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,8	2,0	-13,7
PLATOS PREPARADOS	61,5	4,8	-22,5
CAFÉS E INFUSIONES	20,0	1,6	-35,7
AGUA MINERAL	09,5	0,7	-23,4
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	33,1	2,6	-12,3
OTROS PRODUCTOS	89,6	7,0	-21,3
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.282,2	100,0	-19,7

mayor cantidad de leche (18,0%) y derivados lácteos (0,6%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-21,5%), pescado (-15,3%), carne (-15,5%), platos preparados (-9,6%), pan (-13,7%), bollería, pastelería y cereales (-10,6%), hortalizas frescas (-14,2%), frutas frescas (-16,7%) y gaseosas y bebidas refrescantes (-4,4%).



DESVIACIÓN DE EXTREMADURA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



Extremadura

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EXTREMADURA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
10 litros de leche semidesnatada	33 unidades de huevos
12 litros de leche líquida	6 kilos de carne
1 kilo yogur	4 litros de agua mineral
3 litros cerveza	2 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
	13 kilos de frutas frescas
	2 litros de vino y derivados
	2 kilos de pescado fresco
	2 kilos de platos preparados
	2 litros de aceite

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares cuentan en Extremadura con 5.970 locales, un 2,1% del total nacional, de

los que el 59,0% está en Badajoz y el 41,0% restante en Cáceres. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN EXTREMADURA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
EXTREMADURA	5.970	880	4.741	349	17.657
EXTREMADURA/ESPAÑA (%)	2,1	1,0	2,7	1,8	1,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).



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 *

GUIJUETO **/

JAMÓN DE JABUGO **/

FRUTAS

CEREZA DEL JERTE *

CONDIMENTOS

PIMENTÓN DE LA VERA *

ACEITES

ACEITE MONTEIRRUBIO

GATA-HURDES

MIEL

MIEL VILLUERCAS-IBORES *



DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

RIBERA DEL GUADIANA *

CAVA **/

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

TERNERA DE EXTREMADURA

CARNE DE ÁVILA **/

CORDERO DE EXTREMADURA *

VINOS DE LA TIERRA

EXTREMADURA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

OLIVAR PARA ELABORACIÓN DE ACEITE DE OLIVA

ARROZ

CEREZO

PIMIENTO PARA PIMENTÓN

FRUTALES DE HUESO

FRUTALES DE PEPITA

TABACO

TOMATE PARA TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL

MAÍZ

MAÍZ FORRAJERO

BRÓCOLI

PUERRO

GIRASOL

ESPÁRRAGO

CACAHUETE

AGRICULTURA ECOLÓGICA

COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE EXTREMADURA (CAEX)



** Denominación compartida con otras CC AA en la zona de producción y en elaboración / / Inscrita en el Registro de la UE / ****Protección Nacional Transitoria

GALICIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de Producción Final Agraria (PFA) de Galicia ascendió a 4.557 millones de euros en 2022. A esta cifra contribuyeron las producciones ganaderas (Producción Final Ganadera, PFG) con 2.940 millones de euros; las agrícolas (Producción Final Vegetal, PFV) con 1.558 millones de euros y otras producciones (forestales, etc.) y servicios, que aportaron cerca de 59 millones de euros.

Los consumos intermedios están constituidos fundamentalmente por piensos y productos zoonosanitarios, que registraron un aumento considerable de los precios.

Teniendo en cuenta estos datos, así como también las subvenciones y las amortizaciones, la Renta Agraria de Galicia ascendió a 1.287 millones de euros.

El mayor peso del subsector ganadero sobre el agrícola hace que la evolución de la renta agraria anual dependa de cómo evolucionen las cabañas y las producciones cárnicas y lácteas.

En 2022, el balance para el sector ganadero -que aporta el 60% de la PFA anual- no fue positivo por el descenso de las producciones y el aumento de los costes, aunque los precios pagados fueron más altos.

La producción de leche de vaca se elevó a 2,97 millones de litros (un 1% menos). Galicia fue un año más la primera región productora de España y en 2022 aportó el 41% del total nacional. La mayor parte de la leche recogida se llevó a industrias lácteas del territorio gallego y el resto fue a otras comunidades autónomas.

En cuanto a las producciones cárnicas, descendieron las de vacuno (3%), aves (3%), conejo (8%) y porcino (4%), mientras que, por el contrario, aumentó la de carne de ovino, que es muy minoritaria en el conjunto de la producción gallega.

Además de subir los precios de la leche y de las carnes, también lo hicieron los de los huevos, que es otra de las producciones agrarias importantes de Galicia. No obstante, la producción descendió un 9% en 2022.

El balance general para la agricultura fue positivo por los mejores precios y en muchos casos, mayores producciones. La cosecha de patata fue de nuevo superior a la anterior (31% más) y también lo fueron las de algunas hortalizas, como el tomate o el pimiento.



En el sector de las frutas, las más representativas son las producciones de pepita. Tanto la cosecha de manzana de mesa, como la destinada a sidra fueron mucho mejores que las del año precedente, que también fue bueno. Igualmente, continuando con la tendencia de años anteriores, la cosecha de kiwi aumentó (13%) hasta superar las 18.300 toneladas. La producción gallega de esta fruta supone casi el 60% del total nacional. En sentido contrario, fue muy mala la cosecha de castañas (41% menos que en el año anterior).

Por su parte, en vino se alcanzó una producción de algo más de 412.100 hectolitros, un volumen inferior en un 5% al producido en el año precedente.

En cuanto a la evolución del comercio exterior, las exportaciones ascendieron en valor a 4.135,6 millones de euros, el 6,2% del total nacional y un 17,3% más que en 2021, que fue también un año bueno para las ventas exteriores. En el caso de Galicia, que es la quinta comunidad autónoma en exportaciones agroalimentarias, el pescado fue un producto determinante en la evolución de las compras exteriores.

PESCA EN GALICIA

En 2022 en Galicia se encontraban en actividad 4.244 embarcaciones pesqueras, lo que supone el 49% del total nacional. Es la comunidad con mayor número de buques registrados, seguida muy de lejos por Andalucía. Su arqueo llegaba hasta 135.045 GT (42,18%), mientras que su potencia rondaba los 277.204 CV (36% del total nacional) y su eslora promedio se situaba en 8,87 metros, la cifra más reducida de toda España. La antigüedad media de la flota pesquera gallega era de 37 años en esas fechas.

Galicia cuenta con 63 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional, siendo la región con

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2021	2022
CALABACÍN	6,9	5,9
CASTAÑAS CÁSCARA	169,2	100
CEBOLLAS	31,2	31,8
COL-REPOLLO	55,7	44,4
JUDÍAS VERDES	52,2	48,2
KIWI	17,8	18,3
MAÍZ	95,7	108,3
MANZANAS DE MESA	48,5	60,5
MANZANAS DE SIDRA	56,6	65,3
NABOS	16	16
PATATAS	291,9	381,7
PIMIENTOS	48,1	71
TOMATES	77,9	89,9
TRIGO	35,5	27,8
VINOS (miles de hl.)	435,8	412,1
CARNE DE AVES	217,8	210,3
CARNE DE CONEJO	9,8	9
CARNE DE OVINO	0,31	0,37
CARNE DE PORCINO	88,4	84,6
CARNE DE VACUNO	100,7	97,2
LECHE DE VACA	2.988,34	2.971,52
HUEVOS (Millones de docenas)	49,3	44,9

FUENTE: MAPA

mayor número de todo el país y además, la que registró un mayor aumento con relación al año anterior.

La pesca fresca desembarcada en las 62 lonjas de esta comunidad autónoma rondó en 2022 las 146.000 toneladas. Las principales especies capturadas en valor fueron merluza, rape, gallo, almeja japonesa y jurel. Por su parte, la producción de la acuicultura gallega descendió en 2022 un 11,7% en volumen y se situó (algas incluidas) en 262.977 toneladas. El valor de estas producciones aumentó casi un 10% hasta los 256,3 millones de euros, según datos del Instituto Gallego de Estadística.

Galicia cuenta con 3.300 parques de producción de mejillones, formados por muchas pequeñas y medianas explotaciones. Los mejillones supusieron en 2022 más del 95% del volumen producido y los peces (rodaballo, lenguados y salmón principalmente) sumaron también un porcentaje importante. Además de mejillón también se produjo almeja japonesa, berberecho y ostra. Existen casi 160 empresas dedicadas a las producciones acuícolas en Galicia.

Por su parte, según datos del INE había en 2022 un total de 158 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, 2 más que un año antes. ■



DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN GALICIA (Millones de Euros)

Subsectores	% GALICIA/ ESPAÑA	
	GALICIA Cifra de Negocio	Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	9.910	8
Industria cárnica	1.388	4,7
Industria de Pescado	4.060	62,1
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	44,5	0,4
Aceites y Grasas	237,3	2,5
Productos Lácteos	1.443,3	14,9
Molinería y almidones	40,9	1,1
Panadería y pastas alimenticias	370,2	4,4
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	11,5	0,4
Café, Té e infusiones	48,5	2,0
Espicias, salsas y condimentos	0,1	0,0
Platos y comidas preparadas	28,3	1,2
Preparados alimenticios homogeneizados	0	0
Otros productos diversos	120,4	5,1
Productos alimentación animal	1.129,4	7,1
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	18,9	1,8
Vinos	223,9	3,3
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	530,9	16,1
Bebidas no alcohólicas	210,9	4,4

FUENTE: MAPA. Datos de 2020

GALICIA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	160	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	153	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	35	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	16	
Fabricación de productos lácteos	104	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	19	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	1.260	
Fabricación de otros productos alimenticios	124	
Fabricación de productos para alimentación animal	41	
Fabricación de bebidas	499	
TOTAL	2.411	

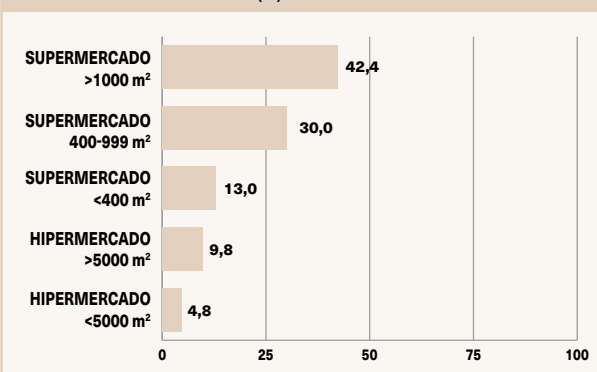
FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Galicia tiene 2.691.456 habitantes y 29.574 km² de extensión, un 5,7% de la población y también cerca de un 6% del territorio sobre el total nacional. A Coruña y Pontevedra concentran el mayor volumen de población. El poder de compra de los consumidores gallegos, tomando como referencia el gasto medio por persona, es ligeramente superior a la media nacional (un 1,8%).

En Galicia hay 5.636 locales comerciales minoristas especializados en alimentación. A Coruña tiene el 40,0%; Pontevedra, el 35,9%; Lugo, el 12,8%; y Ourense, el 11,3%. En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 1.482 supermercados y 44 hipermercados, con un total de 970.009 m², que suponen una densidad comercial de 360,4 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos se cifran en 2.588, un 6,3% sobre el total nacional.

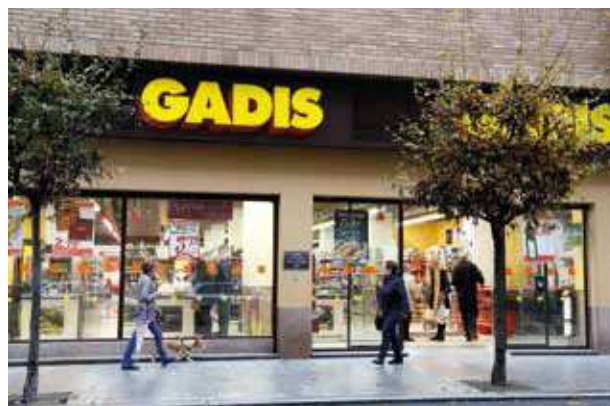
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN GALICIA (%)



CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2022, Galicia registró un gasto per cápita en alimentación de 1.659,1 euros (un 3,8% superior a la media nacional). Carne (17,4%), pescado (13,1%), frutas frescas (10,8%), derivados lácteos (8,8%), pan (5,1%), hortalizas frescas (6,0%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,7%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Galicia cuentan con un gasto superior en chocolates y cacao (31,6%), aceite (45,3%), pan (21,0%), leche (21,1%), frutas frescas (14,9%) y huevos (9,7%), mientras que, por el contrario, gastan menos en platos preparados (-30,1%), agua mineral (-19,2%), bebidas re-



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN GALICIA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
GALICIA	33.177	5.636	743	460	279	44	2.588
GALICIA/ESPAÑA (%)	6,1	5,3	5,7	8,1	5,9	8,6	6,3

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN GALICIA (HOGARES), 2022

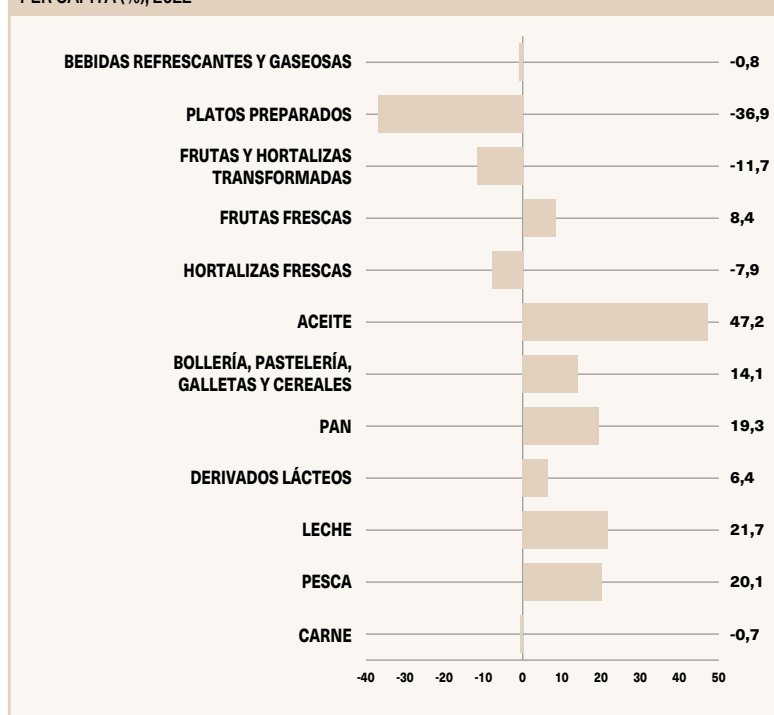
	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	26,4	1,6	9,7
CARNE	288,7	17,4	-4,9
PESCA	218,1	13,1	13,8
LECHE	66,1	4,0	21,1
DERIVADOS LÁCTEOS	145,8	8,8	8,1
PAN	85,1	5,1	21,0
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	77,2	4,7	12,5
CHOCOLATES Y CACAOS	35,5	2,1	31,6
ACEITE	56,0	3,4	45,3
VINO	24,9	1,5	7,1
CERVEZAS	23,6	1,4	-21,4
ZUMO Y NÉCTAR	08,1	0,5	0,0
PATATAS	30,3	1,8	5,0
HORTALIZAS FRESCAS	99,3	6,0	-7,1
FRUTAS FRESCAS	179,8	10,8	14,9
FRUTOS SECOS	24,9	1,5	-4,8
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	27,9	1,7	-6,7
PLATOS PREPARADOS	55,4	3,3	-30,1
CAFÉS E INFUSIONES	31,0	1,9	-0,6
AGUA MINERAL	10,0	0,6	-19,2
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	36,7	2,2	-2,7
OTROS PRODUCTOS	108,2	6,5	-5,0
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.659,1	100,0	3,8

frescantes y gaseosas (-2,7%) y cervezas (-21,4%).

En términos medios, durante el año 2022 cada persona en Galicia consumió 127 huevos, 38,8 kilos de carne, 23,1 kilos de pescado, 79,6 litros de leche, 34,8 kilos de derivados lácteos, 33,3 kilos de pan, 15,2 litros de aceite, 13,3 litros de cerveza, 46,3 kilos de hortalizas frescas, 87,5 kilos de frutas frescas, 10,3 kilos de platos preparados, 51,7 litros de agua embotellada y 36,6 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 (47,2%), pan (19,3%), pescado (20,1%), leche (21,7%) y frutas frescas (8,4%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en platos preparados (-36,9%), frutas y hortalizas transformadas (-11,7%) y hortalizas frescas (-7,9%).

DESVIACIÓN DE GALICIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GALICIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
14 litros de leche líquida	3 unidades de huevos
7 kilos de frutas frescas	13 litros de agua mineral
6 kilos de pan fresco y congelado	7 litros de cerveza
4 kilos de pescado	6 kilos de platos preparados
3 kilos de patatas	1 litro de zumo y néctar
3 litros de aceite de oliva	4 kilos de hortalizas frescas
5 litros de aceite	1 kilos de frutas y hortalizas transformadas
3 kilos de pescado fresco	1 kilos de carne transformada
2 kilos de carne fresca	1 litros de batidos de leche
1 kilos de mariscos, moluscos y crustáceos	1 kilo de aceitunas
1 kilos de harinas y sémolas	1 kilo de legumbres

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

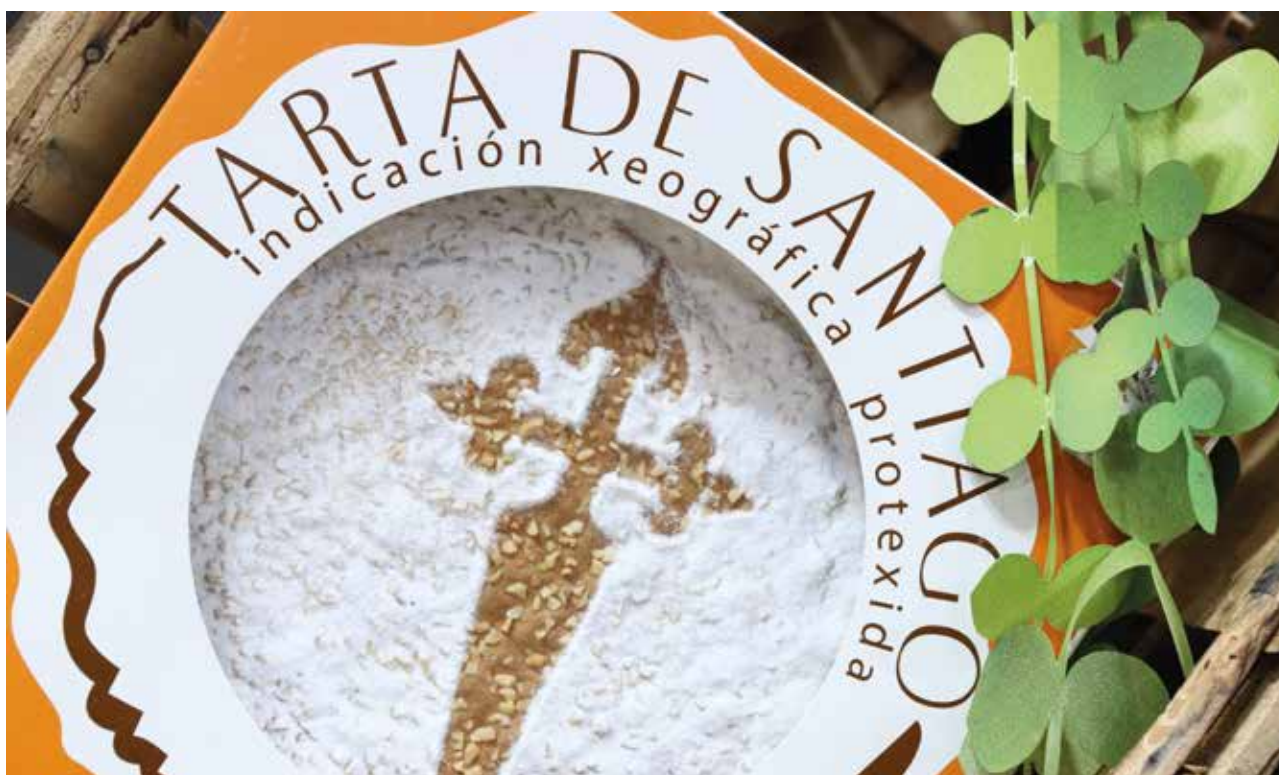
Las actividades de restauración y bares cuentan con 17.695 locales, lo que supone un 6,3% sobre el conjunto

de España. A Coruña cuenta con un 41,8%; Pontevedra, un 33,7%; Lugo, un 12,1%; y Ourense, un 12,4%. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN GALICIA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
GALICIA	17.695	3.879	13.080	736	58.524
GALICIA/ESPAÑA (%)	6,3	4,6	7,4	3,7	3,9

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE GALICIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESO

ARZÚA-ULLOA

CEBREIRO

QUEIXO TETILLA (QUESO TETILLA)

SAN SIMÓN DA COSTA

HORTALIZAS

PEMENTO DE HERBÓN

PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA

MEXILLÓN DE GALICIA (MEJILLÓN DE GALICIA)

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

MONTERREI

RÍAS BAIXAS

RIBEIRA SACRA

RIBEIRO

VALDEORRAS



INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

ORUJO DE GALICIA

AGUARDIENTE DE HIERBAS DE GALICIA

LICOR DE HIERBAS DE GALICIA

LICOR CAFÉ DE GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS

LACÓN GALLEGO

TERNERA GALLEGA

VACA GALLEGA / BUEY GALLEGO

CAPÓN DE VILALBA

MIEL

MEL DE GALICIA (MIEL DE GALICIA)

HARINAS Y PANES

PAN DE CEA

PAN GALEGO / PAN GALLEGO

TARTA DE SANTIAGO

HORTALIZAS

GRELOS DE GALICIA

PATAÇA DE GALICIA (PATATA DE GALICIA)

PEMENTO DA ARNOIA

PEMENTO DO COUTO

PEMENTO DE OIMBRA

PEMENTO DE MOUGÁN

FRUTAS

CASTAÑA DE GALICIA

LEGUMBRES

FABA DE LOURENZÁ

VINOS

RIBEIRAS DO MORRAZO

BETANZOS

VAL DO MIÑO-ORENSE (VALLE DEL MIÑO-ORENSE)

BARBANZA E IRIA

AGRICULTURA ECOLÓGICA

AGRICULTURA ECOLÓGICA DE GALICIA (CRAEGA)

**** Protección Nacional Transitoria

ISLAS BALEARES

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de las Islas Baleares alcanzó en 2022 un valor de 268 millones de euros. Cerca de 156 millones de euros correspondieron a la Producción Final Vegetal (PFV) y 85 millones a la Producción Final Ganadera (PFG). El resto de la PFA fueron las aportaciones de otras producciones agrarias y del sector de los servicios agrarios.

Los consumos intermedios unidos a las amortizaciones y deducidas las subvenciones no vinculadas a productos agrarios arrojaron una cifra que, restada del valor de la Producción Agraria, supuso de alrededor de 88 millones de euros (Renta Agraria).

La nutrida representación de producciones agrícolas, que aportan casi el 60% de la PFA, tuvieron un balance negativo en su conjunto, aunque con algunas excepciones, como por ejemplo, la uva.

Al igual que en año precedente, la vendimia de 2022 se saldó con buenos resultados, pues la producción de vino aumentó casi un 7% hasta los 36.500 hectolitros. La mayor parte de la producción fue amparada por una marca de calidad diferenciada, entre las que destacaron los Vinos de la Tierra de Mallorca y los vinos de DOP Pla i Llevant.

Igualmente, la almendra –que es un cultivo muy representativo de Baleares– registró un aumento de cosecha del 4%. También es emblemática la producción de aceite de oliva, que en la campaña 2022/2023 descendió considerablemente.

En hortalizas, fueron peores que el año precedente algunas cosechas, como el melón, la sandía o el pimien-



to. Otro tanto sucedió con la patata, cuya producción se redujo un 8% hasta las 45.100 toneladas, y con los cereales (especialmente con el trigo).

En cuanto a la ganadería, debido a su condición insular hay producciones de todas las cabañas ganaderas, aunque algunas son muy minoritarias. En 2022 se produjo una subida de la producción de carne de pollo y de ovino, a la vez que descendió la de carne de porcino, que es la más importante en volumen y con mucha diferencia con respecto al resto, y también la de vacuno. Con carne de porcino se elabora la sobrasada, que cuenta con marca de calidad diferenciada.

Siguiendo la tónica de años anteriores, la producción de leche de vaca quedó finalmente por debajo de la anterior campaña (se produjeron unas 39.500 toneladas). Buena parte de la producción de leche regional se destina a la industria quesera, en la que sobresalen las queserías de la Denominación de Origen (DOP) Mahón-Menorca, que es el alimento de calidad de Baleares más demandado. En 2022 se volvió a recuperar el nivel de ventas de estos quesos, al aumentar las ventas un 35% con respecto al año anterior. Se vendieron hasta 130 toneladas de queso con la marca de calidad.

También registró un descenso del 9% la producción de huevos, que en su mayor parte se consume en las propias islas.

En cuanto al comercio exterior, en 2022 las exportaciones agroalimentarias alcanzaron un valor de 178,5 millones de euros, el 0,3% del total nacional y un 70,3% más que en el año anterior, en el que por el contrario descendieron considerablemente las ventas. Entre los productos más exportados destacaron los vinos y licores, siendo Alemania el principal destino de las exportaciones agroalimentarias.

PESCA EN ISLAS BALEARES

En Islas Baleares había 309 embarcaciones pesqueras en 2022, lo que supone el 3,57% de toda España. Su arqueo llegó a los 2636 GT (0,82% del total nacional), con una potencia de 15.970 CV, lo que supone el 2,10% del conjunto de la flota pesquera, y una eslora promedio de 9,45 metros. La edad media de esta flota es de

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS
 (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2021	2022
ACEITE DE OLIVA	0,69	0,56
ALMENDRA CÁSCARA	2,6	2,7
CEBADA	27,8	27,5
CEBOLLAS	3,8	3,8
MAÍZ	0,6	0,6
MELÓN	3,8	3,4
NARANJAS	6,7	6,2
PATATAS	49,2	45,1
PIMIENTO	1,7	1,6
SANDÍAS	4,6	4,6
TOMATES	9,4	9
TRIGO	11,3	11
VINOS (miles de hl.)	34,0	36,5
CARNE DE AVES	0,26	0,27
CARNE DE PORCINO	3,28	3,12
CARNE DE VACUNO	2,2	2,1
CARNE DE OVINO	1,37	1,4
LECHE DE VACA	44,5	39,5
HUEVOS (Millones de docenas)	6,6	6

FUENTE: MAPA



37 años. Baleares tiene 16 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional y cuenta con 44 puertos pesqueros, entre los que destacan Alcudia, Eivissa, Palma, Maó y La Savina.

Las capturas de pesca (peces, crustáceos y mariscos) profesionales han ido disminuyendo con los años y se aproximaron 2.000 toneladas. El grueso de la producción recogida fueron peces, entre los que destacan la sardina y el boquerón, que fue el más pescado. Por su parte, la especie de molusco más capturada fue el pulpo y, entre los crustáceos, destacó la gamba roja, que es el producto del mar que más valor tiene, por delante de la langosta. Por su parte, las producciones acuícolas son muy minoritarias. Según datos del INE, en Islas Baleares había en 2022 sólo 2 empresas dedicada al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ISLAS BALEARES (Millones de Euros)

Subsectores	ISLAS BALEARES	% ISLAS BALEARES/ESPAÑA
	Cifra de Negocio	Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	481	0,4
Industria cárnica	80,6	0,3
Industria de Pescado	S/D	S/D
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	34,4	0,3
Aceites y Grasas	3,3	0
Productos Lácteos	71,3	0,7
Molinería y almidones	12,9	0,3
Panadería y pastas alimenticias	83,1	1,0
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	4,8	0,1
Café, Té e infusiones	5,7	0,2
Espicias, salsas y condimentos	2,5	0,2
Platos y comidas preparadas	3,9	0,2
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos alimenticios	45,2	1,9
Productos alimentación animal	S/D	S/D
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	14,5	1,4
Vinos	23,2	0,3
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	S/D	S/D
Bebidas no alcohólicas	65,8	1,4

FUENTE: MAPA. Datos de 2020

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La comunidad autónoma de Islas Baleares cuenta con 1.223.979 habitantes y cerca de 5.000 km² de superficie, un 2,6% y un 1% sobre el total nacional, respectivamente. Además, tiene una notable actividad turística como indican sus cifras de hostería y restauración. El poder de compra de las familias de Islas Baleares, en función del gasto medio por persona, es superior a la media nacional (un 7,3% por encima).

En Islas Baleares hay 1.925 locales para actividades de distribución alimentaria. Se contabilizan 702 supermercados y 12 hipermercados, que suman 375.226 m². La densidad comercial se sitúa en 306,6 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades para ventas ambulantes y mercadillos se cifran en 1.140 un 2,8% sobre el total nacional.

ISLAS BALEARES. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	50	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	2	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	18	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	19	
Fabricación de productos lácteos	49	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	9	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	236	
Fabricación de otros productos alimenticios	91	
Fabricación de productos para alimentación animal	4	
Fabricación de bebidas	128	
TOTAL	606	

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ISLAS BALEARES

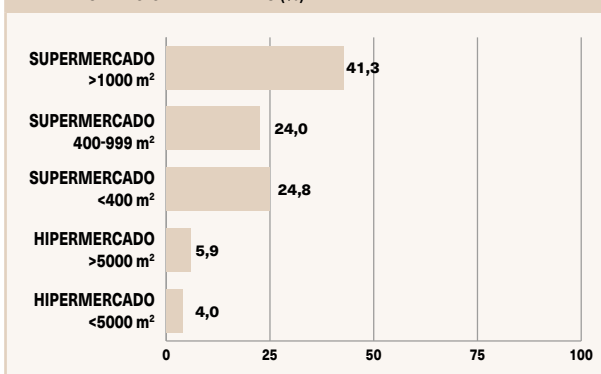
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ISLAS BALEARES	13.533	1.925	450	135	117	12	1.140
ISLAS BALEARES/ ESPAÑA (%)	2,5	1,8	3,4	2,4	2,5	2,3	2,8

CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2022, en las Islas Baleares se registró un gasto per cápita en alimentación de 1.751,9 euros (un 9,7% superior a la media nacional). Carne (17,2%), pescado (11,7%), frutas frescas (9,8%), derivados lácteos (9,1%), hortalizas frescas (7,1%), bollería, pastelería, galletas y cereales (4,4%) y pan (3,6%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de las Islas Baleares cuentan con un gasto superior en agua mineral (125,5%), vino (51,0%), bebidas refrescantes y gaseosas (50,8%), pesca (6,9%), derivados lácteos (18,2%) o bollería, pastelería y galletas (12,1%) mientras que, por el contrario, gastan menos en pan (-9,3%), frutas y hortalizas transformadas (-10,9%), leche (-12,2%) y cafés e infusiones (-6,6%).

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN BALEARES (%)



En términos medios, durante el año 2022 cada persona en Islas Baleares consumió 108 huevos, 38,8 kilos de carne, 18,6 kilos de pescado, 56,3 litros de leche, 37,7 kilos de derivados lácteos, 27,3 kilos de pan, 12,2 litros de aceite, 24,1 litros de cerveza, 54,2 kilos de hortalizas

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN BALEARES (HOGARES), 2022

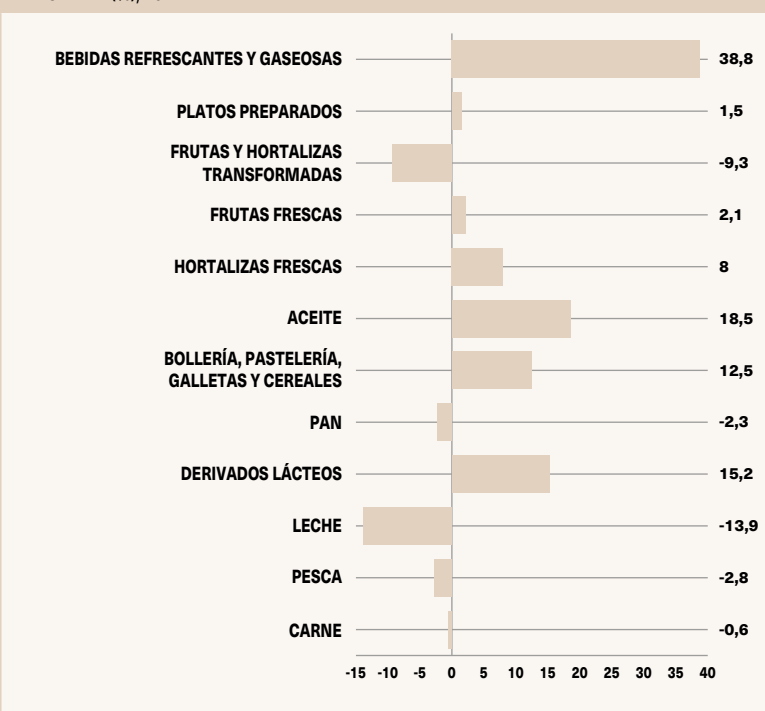
	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,3	1,2	-15,7
CARNE	300,7	17,2	-1,0
PESCA	204,7	11,7	6,9
LECHE	47,9	2,7	-12,2
DERIVADOS LÁCTEOS	159,6	9,1	18,2
PAN	63,8	3,6	-9,3
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	76,9	4,4	12,1
CHOCOLATES Y CACAOS	29,1	1,7	8,0
ACEITE	45,2	2,6	17,3
VINO	35,1	2,0	51,0
CERVEZAS	36,9	2,1	23,1
ZUMO Y NÉCTAR	10,1	0,6	24,8
PATATAS	32,8	1,9	13,7
HORTALIZAS FRESCAS	124,0	7,1	15,9
FRUTAS FRESCAS	172,1	9,8	9,9
FRUTOS SECOS	32,3	1,8	23,3
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,6	1,5	-10,9
PLATOS PREPARADOS	87,9	5,0	10,8
CAFÉS E INFUSIONES	29,1	1,7	-6,6
AGUA MINERAL	28,0	1,6	125,5
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	56,9	3,2	50,8
OTROS PRODUCTOS	131,8	7,5	15,7
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.751,9	100,0	9,7

frescas, 82,4 kilos de frutas frescas, 16,6 kilos de platos preparados, 127,9 litros de agua embotellada y 51,2 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 aceite (18,5%), bollería, pastelería, galletas y cereales (12,5%), bebidas refrescantes y gaseosas (38,8%), derivados lácteos (15,2%) y hortalizas frescas (8,0%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pescado (-2,8%), leche (-13,9%) y frutas y hortalizas transformadas (-9,3%).



DESVIACIÓN DE BALEARES CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



Islas Baleares

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN BALEARES EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
64 litros de agua mineral	21 unidades de huevos
14 litros de bebidas refrescantes	1 kilos de pescado
2 litros de vino	9 litros de leche
5 kilos de derivados lácteos	1 kilos de pescado fresco
2 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo carne transformada
4 kilos de hortalizas frescas	1 kilo de pan
2 kilos de frutas frescas	1 kilo frutas y hortalizas transformadas
1 kilos de carne de pollo	
1 litros de aceite de girasol	
3 kilos de patatas	
1 kilo de pastas alimenticias	
1 litro de aceite de oliva	
2 litros de zumo y néctares	

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En cuanto a los servicios de restauración y bares hay 9.766 locales, un 3,5% del total nacional. Islas Baleares es una de las comunidades autónomas que

tiene un mayor número de plazas hoteleras a nivel nacional. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN BALEARES

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
BALEARES	9.766	5.243	3.784	739	198.595
BALEARES/ESPAÑA (%)	3,5	6,3	2,2	3,7	13,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ISLAS BALEARES

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

BINISSALEM
PLA I LLEVANT

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITES

OLI DE MALLORCA *

ACEITUNAS

OLIVA DE MALLORCA *

FRUTOS SECOS

ALMENDRA DE MALLORCA *

QUESOS

MAHÓN-MENORCA *

DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

HERBES DE MALLORCA
HIERBAS IBICENCAS
GIN DE MAHÓN
PALO DE MALLORCA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

EMBUTIDOS

SOBRASSADA DE MALLORCA *



GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES

ENSAIMADA DE MALLORCA *

FRUTOS SECOS

ALMENDRA DE MALLORCA

VINOS DE LA TIERRA

VINOS DE LA TIERRA

FORMENTERA
IBIZA
ILLES BALEARS
ISLA DE MENORCA
MALLORCA
SERRA TRAMUNTANA-COSTA NORD

MARCAS DE GARANTÍA

ALMENDRA MALLORQUINA (A)
AIXÒ ÉS MEL
ANYELL D'E
CARNE DE CORDERO (MMS)
CARNE DE CERDO (PMS)
CÍTRICS SES MARJADES
ÉS MEL
FET NOSTRO
FLAÓ D'E
MEL D'M

MARCA GRÁFICA

TOMÀTIGA DE RAMELLET

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSELL BALEAR DE AGRICULTURA ECOLÓGICA

* Denominación en tramitación / Inscrita en el Registro de la UE

LA RIOJA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de La Rioja ascendió en 2022 a cerca de 810 millones de euros. Las producciones agrícolas (Producción Final Vegetal, PFV) aportaron 619 millones de euros y 153 millones de euros las producciones ganaderas (Producción Final Ganadera, PFG). El resto de la PFA (38 millones de euros) correspondieron a 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 de unos 372 millones de euros.

Dentro de la producción vegetal, el subgrupo que más aporta es el de la uva de vinificación (el 60% de la PFA). La vendimia terminó con una producción de vino superior a los 2,08 millones de hectolitros, un 1% más que en 2021. La mayor parte de este volumen fueron vinos amparados por la Denominación de Origen Calificada (DOCa) Rioja. Las ventas de esta DOCa aumentaron en 2022.



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS
(Miles de toneladas)

PRODUCTO	2021	2022
ACEITE DE OLIVA	2	2,2
ALCACHOFAS	2	2,1
BRÓCOLI	2,6	2,6
CEBADA	79,4	67
CEBOLLA	2	1,8
CHAMPIÑÓN	67,2	66
COLIFLORES	9,5	8
JUDÍAS VERDES	18,2	17,5
MAÍZ	4,6	3,2
MELOCOTONES	8,4	8,0
PATATAS	37	26,5
PERAS	54,3	46
PIMIENTOS	6,5	6,3
REMOLACHA AZUCARERA	47,8	64,3
TOMATES	8,6	8
TRIGO	140	106,1
VINOS (miles de hl.)	2.061,9	2.084,7
ZANAHORIAS	11,1	11
CARNE DE PORCINO	1,31	1,35
CARNE DE VACUNO	2,4	2,2
CARNE DE OVINO	3,2	3,5
CARNE DE CAPRINO	0,1	0,1
LECHE DE OVEJA	0,86	0,77
LECHE DE VACA	27,32	26,56
LECHE DE CABRA	1,33	1,25
HUEVOS (Millones de docenas)	3,7	3,4

FUENTE: MAPA

Por su parte, las producciones hortícolas representan en La Rioja cerca del 30% de la PFA. En 2022, el balance para las hortalizas fue desigual, pues hubo mayores cosechas en casos como la alcachofa o el brócoli, y peores como la zanahoria, la coliflor o la judía verde; así como para el champiñón, una de las producciones más características de La Rioja.

La producción de patata resultó de nuevo inferior, con un 28% menos que en 2021, y en cuanto a la fruta, se produjeron descensos de cosecha en fruta de pepita (pera especialmente) y de hueso (melocotón).

Por su lado, la producción de cereal fue mala en general. Descendió un 16% la cosecha de cebada; un 30% la de maíz y un 24% la cosecha de trigo. Finalmente, la cosecha de aceite de oliva mejoró y se situó en 2.200 toneladas.

En cuanto a las producciones ganaderas, la mayor aportación a la renta fue la de las carnes, con el porcino a la cabeza. En 2022 aumentó la producción de carne de porcino (un 3%), de ovino y de caprino, mientras que disminuyó la de carne de vacuno. La Rioja también produce carne de pollo y, de hecho, este subsector es el segundo que más aporta a la renta agraria, después del porcino.

LA RIOJA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	69	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	4	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	50	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	22	
Fabricación de productos lácteos	14	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	3	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	98	
Fabricación de otros productos alimenticios	35	
Fabricación de productos para alimentación animal	4	
Fabricación de bebidas	341	
TOTAL	640	

FUENTE: INE.

Igualmente, en la región hay granjas dedicadas a la producción de huevos, aunque su aportación a la renta no es tan importante.

Asimismo, se redujo un 3% la producción de leche de vaca hasta las 26.500 toneladas, y lo mismo sucedió con la producción de leche de oveja y de cabra. La producción ganadera se complementa con las aportaciones de las explotaciones apícolas, que en 2022 se redujeron mucho por la sequía.

Respecto al comercio exterior, al igual que en el año anterior las exportaciones agroalimentarias volvieron a crecer (7,2%), alcanzando un importe de 803 millones de euros, el 1,2% del total nacional. Entre todas las producciones, los vinos, las hortalizas y las frutas, fueron los productos más exportados, aunque en los últimos años han ido ganando peso las exportaciones de carnes. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA RIOJA (Millones de Euros)

Subsectores	LA RIOJA Cifra de Negocio	% LA RIOJA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	2.052	1,7
Industria cárnica	304,3	1,0
Industria de Pescado	20,2	0,3
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	367	3,3
Aceites y Grasas	4,9	0,1
Productos Lácteos	16,1	0,2
Molinería y almidones	46,7	1,2
Panadería y pastas alimenticias	83,9	1,0
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	4,7	0,1
Café, Té e infusiones	S/D	S/D
Espicias, salsas y condimentos	47,1	3,5
Platos y comidas preparadas	202,1	8,6
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos diversos	10,8	0,5
Productos alimentación animal	S/D	S/D
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	S/D	S/D
Vinos	816,4	12,0
Sidra y otras bebidas fermentadas	0	0
Cerveza y malta	0	0
Bebidas no alcohólicas	2,6	0,1

FUENTE: MAPA. Datos de 2020

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La Rioja ocupa una superficie de 5.028 km² y tiene 315.915 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 ligeramente inferior a la media nacional (2,5% inferior).

En esta comunidad hay 3.646 actividades comerciales minoristas. Aquellas que se ciñen específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 777. La Rioja cuenta con 152 supermercados, 3 hipermercados y 194 actividades de comercio ambulante o mercadillos.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA RIOJA

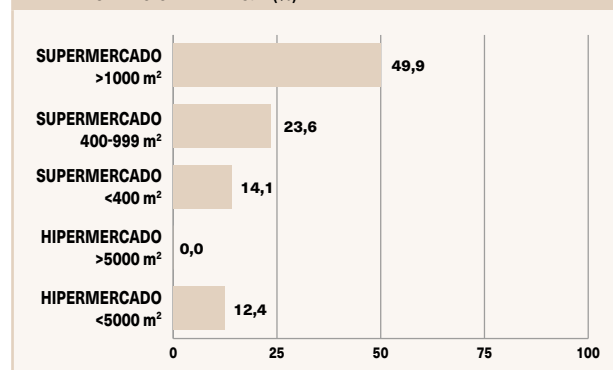
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
LA RIOJA	3.646	777	80	36	36	3	194
LA RIOJA/ ESPAÑA (%)	0,7	0,7	0,6	0,6	0,8	0,6	0,5

CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2022, La Rioja registró un gasto per cápita en alimentación de 1.539,3 euros (un -3,7% inferior a la media nacional). Carne (21,6%), pescado (11,9%), frutas frescas (10,0%), derivados lácteos (7,9%), hortalizas frescas (5,6%), pan (5,4%), y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,9%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de La Rioja cuentan con un gasto superior en carne (9,7%), leche (13,1%), pan (17,2%), aceite (18,5%), chocolates y cacao (8,4%) y vino (1,8%) mientras que, por el contrario, gastan menos en bebidas refrescantes y gaseosas (-29,3%), patatas (-26,8%), cervezas (-34,9%), hortalizas frescas

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN LA RIOJA (%)



(-19,0%), pesca (-4,7%), derivados lácteos (-9,9%) o bollería, pastelería y galletas (-12,0%).



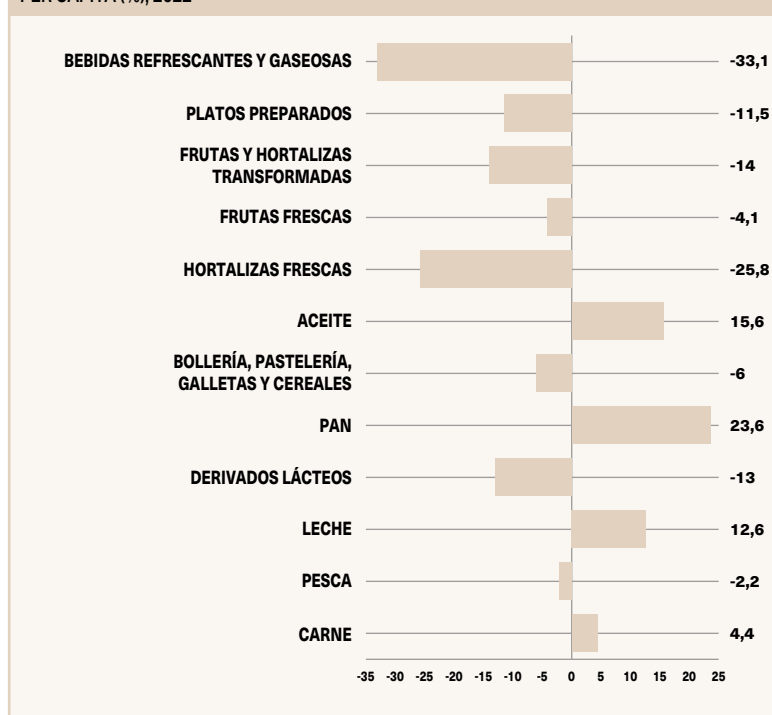
ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA RIOJA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	25,7	1,7	7,0
CARNE	333,1	21,6	9,7
PESCA	182,6	11,9	-4,7
LECHE	61,7	4,0	13,1
DERIVADOS LÁCTEOS	121,6	7,9	-9,9
PAN	82,4	5,4	17,2
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	60,4	3,9	-12,0
CHOCOLATES Y CACAOS	29,3	1,9	8,4
ACEITE	45,6	3,0	18,5
VINO	23,7	1,5	1,8
CERVEZAS	19,5	1,3	-34,9
ZUMO Y NÉCTAR	08,1	0,5	-0,5
PATATAS	21,1	1,4	-26,8
HORTALIZAS FRESCAS	86,7	5,6	-19,0
FRUTAS FRESCAS	153,5	10,0	-2,0
FRUTOS SECOS	22,5	1,5	-14,0
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	27,7	1,8	-7,4
PLATOS PREPARADOS	67,1	4,4	-15,5
CAFÉS E INFUSIONES	24,9	1,6	-20,2
AGUA MINERAL	09,4	0,6	-24,1
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	26,7	1,7	-29,3
OTROS PRODUCTOS	106,0	6,9	-7,0
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.539,3	100,0	-3,7

En términos medios, durante el año 2022 cada persona en La Rioja consumió 145 huevos, 40,8 kilos de carne, 18,8 kilos de pescado, 73,7 litros de leche, 28,5 kilos de derivados lácteos, 34,5 kilos de pan, 11,9 litros de aceite, 11,7 litros de cerveza, 37,3 kilos de hortalizas frescas, 77,4 kilos de frutas preparadas, 51,6 litros de agua embotellada y 24,7 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 (15,6%), carne (4,4%), pan (23,6%) y leche (12,6%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-33,1%), frutas y hortalizas transformadas (-14,0%), frutas frescas (-4,1%), hortalizas frescas (-25,8%) y derivados lácteos (-13,0%).

DESVIACIÓN DE REGIÓN DE LA RIOJA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA RIOJA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
15 unidades de huevos	13 litros de agua mineral
4 litros de leche desnatada	12 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
8 litros de leche líquida	3 kilos de frutas frescas
2 kilos de carne fresca	9 kilos de patatas
1 kilo de carne de ovino/caprino	13 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de azúcar	1 kilo de carne transformada
1 kilos de pescado fresco	9 litros de cerveza
7 kilos de pan	1 litros de zumo y néctar
2 litros de aceite	4 kilos de derivados lácteos
3 litros de vino y derivados	2 kilos de frutas y hortalizas transformadas

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares se cifran en 1.856, un 0,7% sobre el total nacional. La participación del equi-

pamiento de la Rioja en el conjunto de restaurantes y hoteles resulta ser la menor en el conjunto del país. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN LA RIOJA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
LA RIOJA	1.856	397	1.377	62	6.106
LA RIOJA/ESPAÑA (%)	0,7	0,5	0,8	0,3	0,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).



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 *

FRUTOS SECOS

NUEZ DE PEDROSO

LEGUMBRES

ALUBIA DE ANGUIANO

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

CARAMELOS

MAZAPÁN DE SOTO

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

HARINAS

PAN SOBAO DE LA RIOJA

** Denominación compartida con otras CC AA / DOCa: Denominación de Origen Calificada / * Inscrita en el Registro de la UE



NAVARRA



AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de Navarra alcanzó en 2022 un valor de 1.375 millones de euros, de los que unos 656 correspondieron a la aportación del sector agrícola (Producción Final Vegetal, PFV), otros 664 millones de euros al ganadero (Producción Final Ganadera, PFG) y el resto (55 millones de euros) a las aportaciones del sector silvícola y de los servicios.

La Renta Agraria de Navarra en 2022 se aproximó a los 619 millones de euros, una vez restados los consumos intermedios, y sumadas las amortizaciones y subvenciones.

Tradicionalmente, el sector vegetal ha aportado más que el animal a la PFA navarra, pero las malas cosechas, la subida de los costes de producción y unos precios más moderados han provocado pérdidas de valor en los últimos años.

Dentro de la agricultura, el cultivo de cereales es el que ocupa una mayor superficie y en 2022 tuvo malos resultados. Las cosechas de trigo y cebada se redujeron considerablemente y lo mismo sucedió con otros cereales secundarios.

Por delante de los cereales en su aportación a la PFA están las hortalizas con el 21% del valor total. En 2022 las cosechas fueron, en general, peores que las del año anterior, aunque también hubo excepciones en verdu-

ras muy representativas, como el tomate, el brócoli o las espinacas. El tercer grupo de cultivos en importancia económica es el de los forrajeros, que se destinan mayoritariamente a la alimentación animal.

Por su parte, el sector de las frutas tuvo un balance desigual y en cuanto al vino, la vendimia tuvo un saldo negativo. Otra producción importante es la patata, de la que se produjeron 9.500 toneladas, casi un 26% menos que en 2021.

En cuanto a la producción de vino, descendió un 3% hasta los 602.500 hectolitros. La mayor parte de este volumen correspondió a vinos con marca de calidad diferenciada.

Otro sector que también es importante en la agricultura navarra es el del aceite de oliva, que saldó la campaña 2022/2023 con resultados muy negativos, pues se produjeron sólo 5.000 toneladas frente a las 5.700 de la campaña anterior.

Con respecto al sector ganadero, que aporta cerca del 40 % de la PFA, el balance general fue positivo. Así, el sector de la carne de aves (la más importante) registró un aumento de producción del 10%; la de vacuno del 28%, la de porcino del 5% y la de equino del 8%. En sentido contrario, ese año descendió la producción de carne de ovino.

La producción láctea tuvo un mal comportamiento, especialmente en producción. Se produjeron 215.700 toneladas de leche de vaca (un 2% menos que en 2021), lo que representó el 3% del total nacional.

Junto con la producción de leche de vaca, en Navarra hubo también unas 16.900 toneladas de leche de oveja, un 6% más que en el año anterior.

Respecto al comercio exterior, las exportaciones crecieron un 12,1% respecto al año anterior, alcanzando un valor de 1.611,1 millones de euros, el 2,4% del total nacional. Prácticamente el 80% del valor de los intercambios comerciales con el extranjero se realizó con los países de la UE, principalmente con Francia. ■

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2021	2022
ACEITE DE OLIVA	5,7	5
ALCACHOFAS	11,7	9,5
ARROZ CÁSCARA	12,56	10,57
BRÓCOLI	59,6	70,2
CALABACÍN	7,2	7,1
CEBADA	268,1	252,8
CEBOLLAS	31	23,4
COLIFLORES	35,3	24,8
COLZA	19,7	19,3
ESPÁRRAGO	7,3	6,8
ESPINACAS	18,7	20
GIRASOL	7	7
GUISANTES VERDES	29	19,6
MELOCOTONES	5,9	3,8
PATATAS	12,9	9,5
PIMIENTOS	31,3	33,5
REMOLACHA AZUCARERA	6,9	17,3
TOMATES	180,2	183
TRIGO	416,9	343,8
VINOS (miles de hl.)	618,9	602,5
CARNE DE AVES	85,3	93,9
CARNE DE EQUINO	3,33	3,6
CARNE DE OVINO	2,4	2,3
CARNE DE PORCINO	2	2,1
CARNE DE VACUNO	13,4	17,1
LECHE DE OVEJA	15,9	16,9
LECHE DE VACA	255,76	251,7
HUEVOS (Millones de docenas) Estimación	29	26,4

FUENTE: MAPA

NAVARRA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	67	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	7	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	73	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	12	
Fabricación de productos lácteos	59	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	3	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	138	
Fabricación de otros productos alimenticios	80	
Fabricación de productos para alimentación animal	26	
Fabricación de bebidas	129	
TOTAL	594	

FUENTE: INE.

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN NAVARRA

Subsectores	(Millones de Euros)	
	NAVARRA Cifra de Negocio	% NAVARRA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	4.075	3,3
Industria cárnica	723,9	2,4
Industria de Pescado	38,6	0,6
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	1.451	13,1
Aceites y Grasas	63,5	0,7
Productos Lácteos	120,8	1,2
Molinería y almidones	145,1	3,8
Panadería y pastas alimenticias	192,7	2,3
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	7,7	0,2
Café, Té e infusiones	S/D	S/D
Especias, salsas y condimentos	60,7	4,5
Platos y comidas preparadas	112,3	4,8
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos diversos	371,7	15,6
Productos alimentación animal	274,9	1,7
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	27	2,6
Vinos	241,6	3,5
Sidra y otras bebidas fermentadas	11,9	10,6
Cerveza y malta	79,8	2,4
Bebidas no alcohólicas	132,6	2,8

FUENTE: MAPA. Datos de 2020

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Navarra tiene 659.154 habitantes y una superficie de 9.801 km², poco más de un 1,4% y casi un 2% sobre el total nacional, respectivamente. El poder de compra de los consumidores navarros, tomando como referencia el gasto medio por persona, es casi 11 puntos superior a la media nacional.

En Navarra hay 1.694 actividades comerciales minoristas especializadas en la distribución de alimenta-

ción. Esta comunidad cuenta con 391 supermercados y 10 hipermercados –estos 401 establecimientos suponen 202.447 m² que generan una densidad comercial de 307,1 m² cada 1.000 habitantes–. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos ascienden a 475, un 1,2% del total nacional.

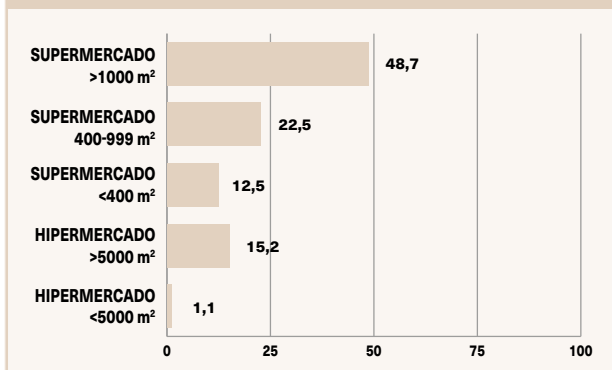
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN NAVARRA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
NAVARRA	7.328	1.694	251	92	48	10	475
NAVARRA/ ESPAÑA (%)	1,3	1,6	1,0	1,6	1,1	2,0	1,2

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN NAVARRA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	30,3	1,7	25,9
CARNE	375,7	20,5	23,8
PESCA	226,8	12,4	18,4
LECHE	69,3	3,8	27,0
DERIVADOS LÁCTEOS	137,7	7,5	2,0
PAN	99,3	5,4	41,1
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	75,4	4,1	9,8
CHOCOLATES Y CACAOS	31,2	1,7	15,7
ACEITE	51,3	2,8	33,3
VINO	27,6	1,5	18,8
CERVEZAS	30,8	1,7	2,7
ZUMO Y NÉCTAR	06,6	0,4	-18,5
PATATAS	28,9	1,6	0,3
HORTALIZAS FRESCAS	142,7	7,8	33,4
FRUTAS FRESCAS	219,0	11,9	39,8
FRUTOS SECOS	28,7	1,6	9,7
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	32,4	1,8	8,3
PLATOS PREPARADOS	51,9	2,8	-34,6
CAFÉS E INFUSIONES	31,9	1,7	2,4
AGUA MINERAL	05,3	0,3	-57,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	24,7	1,3	-34,6
OTROS PRODUCTOS	105,3	5,7	-7,5
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.832,9	100,0	14,7

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN NAVARRA (%)



CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2022, Navarra registró un gasto per cápita en alimentación de 1.832,9 euros (un 14,7% superior a la media nacional). Carne (20,5%), pescado (12,4%), frutas frescas (11,9%), hortalizas frescas (7,8%), derivados lácteos (7,5%), pan (5,4%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,1%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Navarra cuentan con un gasto superior en pan (41,1%), huevos (25,9%), pesca (18,4%), frutas frescas (39,8%), bollería, pastelería y cereales (9,8%), aceite (33,3%), chocolates y cacao (15,7%), hortalizas frescas (33,4%) y leche (27,0%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-57,0%), zumo y néctar (-18,5%), platos preparados (-34,6%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-34,6%).

Detrás de estos sellos hay mucho más que un buen sabor y una gran calidad. Hay climas y paisajes únicos, hay sabiduría y trabajo.

REYNO GOURMET, CALIDAD NAVARRA

AQUÍ ESTÁ NAVARRA



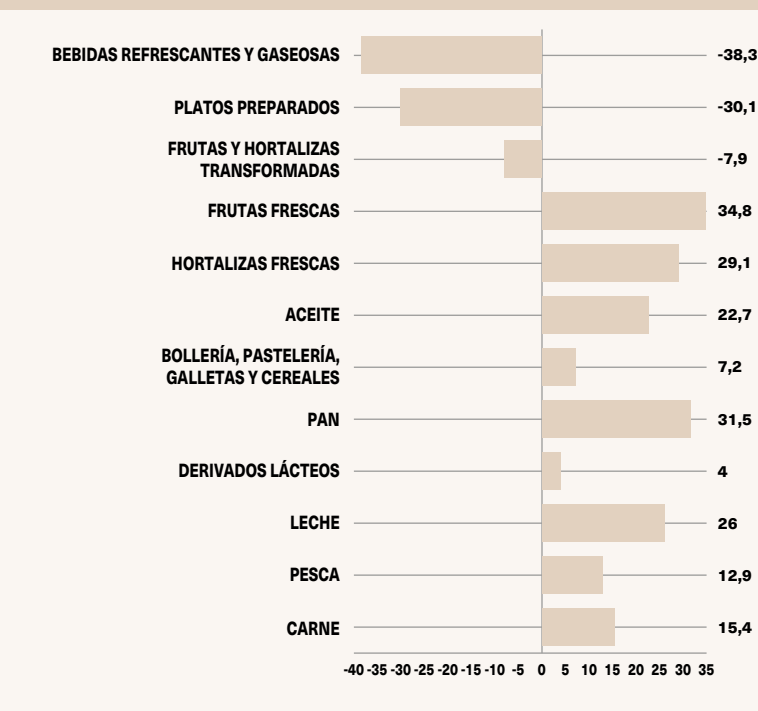
ReynoGourmet.com



En términos medios, durante el año 2022 cada persona en Navarra consumió 166 huevos, 45,1 kilos de carne, 21,7 kilos de pescado, 82,4 litros de leche, 34,0 kilos de derivados lácteos, 36,7 kilos de pan, 12,7 litros de aceite, 17,7 litros de cerveza, 64,8 kilos de hortalizas frescas, 108,7 kilos de frutas frescas, 11,5 kilos de platos preparados, 25,5 litros de agua embotellada y 22,8 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 (31,5%), pesca (12,9%), carne (15,4%), aceite (22,7%), frutas frescas (34,8%), hortalizas frescas (29,1%), leche (26,0%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (7,2%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-38,3%), platos preparados (-30,1%) y frutas y hortalizas transformadas (-7,9%).

DESVIACIÓN DE NAVARRA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN NAVARRA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
36 unidades de huevos	39 litros de agua mineral
28 kilos de frutas frescas	14 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
15 kilos de hortalizas frescas	1 kilos de queso
9 kilos de pan	2 litros de zumo y néctar
2 kilos de pesca	1 kilo de arroz
6 kilos de carne fresca	1 kilo de pastas
12 litros de leche desnatada	1 litro de batidos de leche
1 litros de vinos tranquilos	5 kilos de platos preparados
2 litros de aceite de oliva	2 kilos de patatas

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En Navarra, hay 2.950 actividades para servicios de restauración y bares, en torno a un 1,1% sobre el conjunto nacional. La participación del equipa-

miento de Navarra en el total de restaurantes, bares y hoteles es una de las más reducidas a nivel nacional. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN NAVARRA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
NAVARRA	2.950	729	2.076	145	11.433
NAVARRA/ESPAÑA (%)	1,1	0,9	1,2	0,7	0,8

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE NAVARRA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

VINOS

NAVARRA *

RIOJA (DOCA) **/

CAVA **/ *

PAGO ARÍNZANO *

PAGO OTAZU *

PRADO DE IRACHE

BOLANDÍN *

LARRAINZAR

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

IDIAZABAL **/ *

RONCAL *

ACEITES

ACEITE DE NAVARRA *

HORTALIZAS

PIMIENTO DEL PIQUILLO DE LODOSA *

MARCAS DE CALIDAD

ALIMENTOS ARTESANOS

PRODUCCIÓN INTEGRADA

MARCA DE GARANTÍA

REYNO GOURMET

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA DE NAVARRA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

PACHARÁN NAVARRO *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

HORTALIZAS

ALCACHOFA DE TUDELA

ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/

CARNES

TERNERA DE NAVARRA *

CORDERO DE NAVARRA *

DERIVADOS CÁRNICOS

CHISTORRA DE NAVARRA

VINOS

VINOS DE LA TIERRA 3 RIBERAS

VINO DE LA TIERRA DEL QUILES **/ *

** Denominación compartida con otras CC AA / DOCa: Denominación de Origen Calificada / * Inscrita en el Registro de la UE



PAÍS VASCO

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Renta Agraria del País Vasco subió en 2022 gracias al aumento generalizado de los precios y de las subvenciones, pues también ese año subieron los costes de producción

La Producción Final Agraria bajó un 4,5% en cuanto a producciones, pero subió en precios (21,9%), con lo que finalmente su valor creció un 15,1%.

En este sentido, el valor de la Producción Final Agrícola (PFA) creció un 10,7%, a pesar de la reducción de producciones vegetales en un 7,7%, porque los precios subieron un 19,9%, destacando los aumentos en



productos como la patata, los cereales, el tomate o el pimiento.

En cuanto a las producciones, los cereales registraron una caída importante de cosechas, así como también sucedió con otros cultivos como la patata o la alubia. No obstante, hubo algunos cultivos como el girasol cuya producción aumentó, pero debido a la mayor superficie sembrada, no al incremento de los rendimientos. Dentro de la PFA destacó el sector vitivinícola por el aumento de la producción de vino (la vendimia de 2021) y también por la mejora de la cosecha de uva en 2022.

Por su parte, la producción del sector hortícola se mantuvo en nieles similares a los de la anterior campaña, pero los precios aumentaron. La producción del sector frutícola descendió en volumen un 10% y los rendimientos se redujeron especialmente entre producciones como la manzana de sidra.

La Producción Final Ganadera aumentó en valor un 21,1% en 2022, debido al incremento generalizado de los precios, pues las cantidades producidas descendieron en conjunto un 5,5%.

Además, ese año cayeron significativamente los censos ganaderos, especialmente en vacuno (tanto para leche, como para carne), ovino y avicultura de puesta (gallinas). En sentido contrario, en 2022 aumentó el censo de caprino y también de porcino (cerdas madres y cerdos cebados principalmente).

En la renta agraria del País Vasco tiene mucha importancia la aportación del sector forestal. En 2022 su valor se incrementó por la subida de precios y también porque la producción se mantuvo estable.

Respecto al comercio exterior, las exportaciones agroalimentarias alcanzaron un valor de 2.017,1 millones de euros, el 3% del total nacional y un 35,4% más que en 2021.

PESCA EN EL PAÍS VASCO

En el País Vasco había 194 embarcaciones pesqueras en 2022, el 2,24% del total español. Su arqueo llegaba hasta 84.515 GT (26,43% del total nacional) y su poten-

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2021	2022
AVENA	38,3	24,5
CEBADA	90,6	61,5
KIWI	0,1	1,5
LECHUGA	9,1	8,5
MAÍZ	0,6	0,5
MANZANAS DE MESA	3,8	1,9
MANZANAS DE SIDRA	11,8	8,3
NUEZ	0,6	0,5
PATATAS	58,3	48,1
PUERRO	3,6	3,6
REMOLACHA AZUCARERA	110,7	100,0
TOMATE	5,8	4,4
TRIGO	144,1	90,29
VINOS (miles de hl.)	662,7	695
CARNE DE OVINO	0,6	0,5
CARNE DE VACUNO	12,4	11
LECHE DE CABRA	0,09	0,08
LECHE DE OVEJA	5,26	4,7
LECHE DE VACA	170	159,7
HUEVOS (Millones de docenas)	30	27,4

FUENTE: MAPA

PAÍS VASCO. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	91	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	52	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	31	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	5	
Fabricación de productos lácteos	163	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	4	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	346	
Fabricación de otros productos alimenticios	123	
Fabricación de productos para alimentación animal	11	
Fabricación de bebidas	488	
TOTAL	1.314	

cia rondaba los 136.978 CV (18,04 % del total nacional). La eslora promedio era de algo más de 30,26 metros, la mayor de todo el país, mientras que su antigüedad promedio era de 22 años, la menor de España. En 2022 había 2 buques bacaladeros.

En el País Vasco hay 13 cofradías de pescadores y 24 puertos pesqueros, siendo los más importantes los de Ondarroa y Guetaria. La pesca de bajura subastada en las diez lonjas principales suma unas 35.000 toneladas anuales. Por volumen, destacan las capturas de sardina, bonito, anchoa y verdel, aunque también se pescó merluza y chicharro.

El País Vasco hay varios proyectos de producción acuícola, tanto en la costa como en el interior. Destaca su producción de trucha (55 toneladas en 2022) y de mejillones. Finalmente, según datos del INE, había en 2022 un total de 53 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, tres más que en el año anterior. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EL PAÍS VASCO (Millones de Euros)

Subsectores	PAÍS VASCO Cifra de Negocio	% PAÍS VASCO/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	4.318	3,5
Industria cárnica	168,4	0,6
Industria de Pescado	426,5	6,5
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	23,7	0,2
Aceites y Grasas	S/D	S/D
Productos Lácteos	350,8	3,6
Molinería y almidones	S/D	S/D
Panadería y pastas alimenticias	413,2	4,9
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	82,2	2,5
Café, Té e infusiones	61,6	2,6
Espicias, salsas y condimentos	30,1	2,2
Platos y comidas preparadas	55,8	2,4
Preparados alimenticios homogeneizados	9,1	0,9
Otros productos diversos	99,9	4,2
Productos alimentación animal	1.182,7	7,5
Bebidas espirituosas	24,4	2,3
Vinos	542,8	8,0
Sidra y otras bebidas fermentadas	20,3	17,9
Cerveza y malta	5,5	0,2
Bebidas no alcohólicas	819,7	17,1

FUENTE: MAPA. Datos de 2020

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

El País Vasco cuenta con 2.176.917 habitantes y 7.089 km² de extensión, un 4,6% de la población y un 1,4% del territorio sobre el total nacional. Vizcaya y Guipúzcoa concentran cerca del 85% de la población. En función del gasto medio por persona, el poder de compra de los consumidores vascos supera en 18 puntos a la media nacional.

En el País Vasco hay 6.148 locales comerciales minoristas especializados en alimentación. Vizcaya tiene el 51,9%; Guipúzcoa, el 35,1%; y Álava, el 13,0%. En el conjunto de la comunidad hay 995 supermercados y 33 hipermercados, que suman un total de 645.562 m² y suponen una densidad comercial de 296,5 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades relacionadas con la venta ambulante o en mercadillos se cifran en 605, un 1,5% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EL PAÍS VASCO

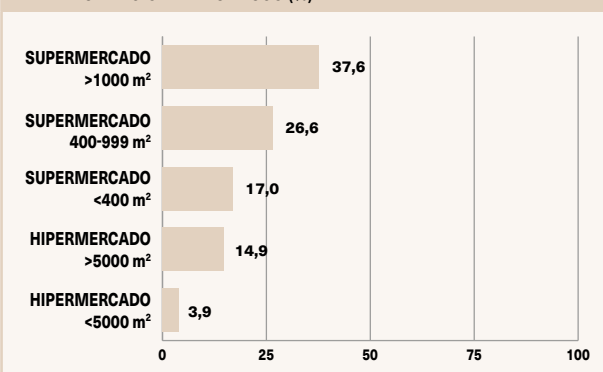
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
PAÍS VASCO	22.304	6.148	547	270	178	33	605
PAÍS VASCO/ ESPAÑA (%)	4,1	5,8	4,2	4,7	3,8	6,4	1,5

CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2022, el País Vasco registró un gasto per cápita en alimentación de 1.863,0 euros (un 16,6% superior a la media nacional). Carne (19,8%), pescado (13,1%), frutas frescas (10,6%), derivados lácteos (7,4%), hortalizas frescas (7,0%), pan (4,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,2%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores del País Vasco cuentan con un gasto superior en huevos (35,6%), carne (21,2%), leche (24,2%), vino (37,9%), pescado (27,5%), aceite (39,0%), frutas y hortalizas transformadas (42,6%) y chocolates y cacao (39,6%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-59,1%), zumo y néctar (-12,9%), platos preparados (-9,4%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-25,5%).

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN PAÍS VASCO (%)



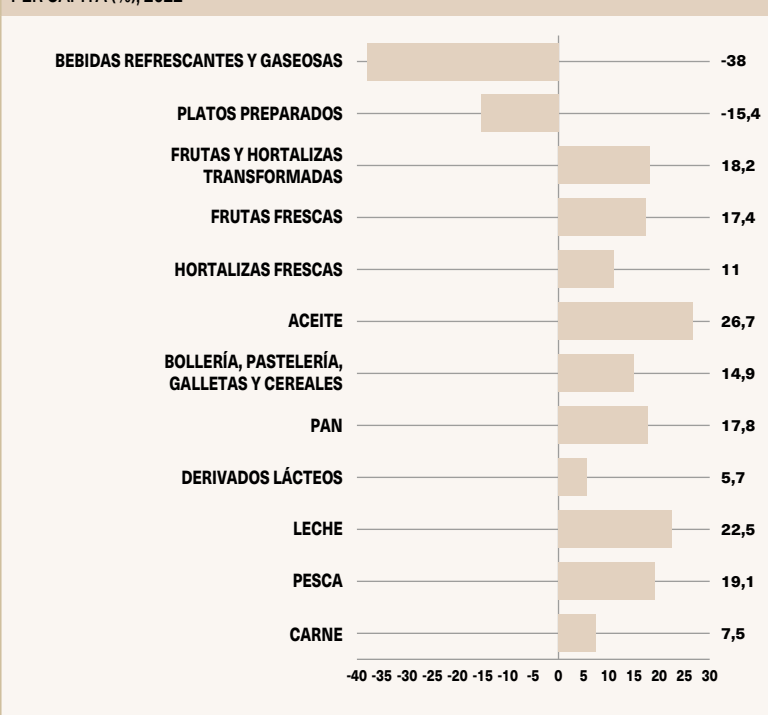
ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN EL PAÍS VASCO (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	32,6	1,7	35,6
CARNE	368,1	19,8	21,2
PESCA	244,3	13,1	27,5
LECHE	67,8	3,6	24,2
DERIVADOS LÁCTEOS	137,3	7,4	1,8
PAN	84,2	4,5	19,7
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	78,9	4,2	14,9
CHOCOLATES Y CACAOS	37,7	2,0	39,6
ACEITE	53,5	2,9	39,0
VINO	32,1	1,7	37,9
CERVEZAS	29,5	1,6	-1,7
ZUMO Y NÉCTAR	07,1	0,4	-12,9
PATATAS	29,3	1,6	1,8
HORTALIZAS FRESCAS	130,6	7,0	22,1
FRUTAS FRESCAS	196,6	10,6	25,5
FRUTOS SECOS	32,1	1,7	22,7
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	42,6	2,3	42,6
PLATOS PREPARADOS	71,9	3,9	-9,4
CAFÉS E INFUSIONES	32,6	1,7	4,5
AGUA MINERAL	05,1	0,3	-59,1
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	28,1	1,5	-25,5
OTROS PRODUCTOS	121,2	6,5	6,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.863,0	100,0	16,6

En términos medios, durante el año 2022 cada persona del País Vasco consumió 171 huevos, 42,0 kilos de carne, 22,9 kilos de pescado, 80,2 litros de leche, 34,6 kilos de derivados lácteos, 32,9 kilos de pan, 13,1 litros de aceite, 17,8 litros de cerveza, 55,7 kilos de hortalizas frescas, 94,7 kilos de frutas frescas, 13,9 kilos de platos preparados, 20,0 litros de agua embotellada y 22,9 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 carne (7,5%), pescado (19,1%), leche (22,5%), frutas frescas (17,4%), pan (17,8%), aceite (26,7%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (14,9%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-38,0%) y en platos preparados (-15,4%).

DESVIACIÓN DE PAÍS VASCO CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL PAÍS VASCO EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
42 unidades de huevos	42 litros de agua mineral
14 kilos de frutas frescas	14 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
15 litros de leche líquida	3 litros de cerveza
4 kilos de pescado fresco	3 kilo de platos preparados
5 kilos de pan	1 kilo de helados y tartas
2 kilos de carne de vacuno	1 kilo de queso
6 kilos de hortalizas frescas	1 litro de batidos de leche
2 kilos de yogurt	1 kilo de pastas
3 litros de aceite	1 litro de zumo y néctar
1 kilos patatas	
1 kilo de chocolate y cacao	

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares alcanzan los 12.284 locales –un 4,4% sobre el total de España-. Vizcaya cuenta con el 54,0%, el 31,5% Guipúzcoa y el

14,5% Álava. El equipamiento de restaurantes, bares, comedores colectivos y hoteles del País Vasco está en torno a la media nacional. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN EL PAÍS VASCO

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
PAÍS VASCO	12.284	3.933	8.033	318	31.799
PAÍS VASCO/ESPAÑA (%)	4,4	4,7	4,6	1,6	2,1

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DEL PAÍS VASCO

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

ARABAKO TXAKOLINA (TXAKOLI DE ÁLAVA) *

BIZKAIKO TXAKOLINA (TXAKOLI DE VIZCAYA) *

CAVA **/

GETARIAKO TXAKOLINA (TXAKOLI DE GETARIA) *

RIOJA (DOCA) **/

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

IDIAZABAL **/

OTRAS BEBIDAS

EUSKAL SAGARDOA (SIDRA 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)

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

ACEITE

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

CARNES

EUSKAL BASERRIKO OILASKOA (POLLO DE CASERÍO VASCO)

EUSKAL ESNE BILDOTSA (CORDERO LECHAL DEL PAÍS VASCO)

EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) *

EUSKAL BASERRIKO TXERRIA (CERDO DE CASERÍO) *

FRUTAS Y HORTALIZAS

ARABAKO PATATA (PATATA DE ÁLAVA)

IBARRAKO PIPARRAK (GUINDILLAS DE IBARRA)

EUSKAL TOMATEA (TOMATE DEL PAÍS VASCO)

EUSKAL LETXUGA (LECHUGA DEL PAÍS VASCO)

GERNIKAKO PIPERRA (PIMIENTO DE GERNIKA) *

LEGUMBRES

ARABAKO BABARRUN PINTOA (ALUBIA PINTA ALAVESA)

TOLOSAKO BABARRUNA (ALUBIA DE TOLOSA)

ARABAKO BABARRUN ARROZINA

(ALUBIA ARROCINA ALAVESA)

MIEL

EZTIA (MIEL)

OTRAS BEBIDAS

SIDRA GORENAK

PESCADO

HEGALUZEA (BONITO DEL NORTE)

ANTXOA (ANCHOA)

BERDELA (VERDEL)

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

REGIÓN DE MURCIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de la Región de Murcia en 2022 ascendió a 3.394 millones de euros, de los que la Producción Final Vegetal (PFV) aportó 2.100 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) otros 1.157 millones de euros. El resto de la PFA (unos 136 millones) fueron aportaciones de otros sectores y servicios agrarios.

Los inputs pagados por el sector agrario murciano subieron sensiblemente con respecto al año anterior, especialmente en el caso de los fitosanitarios y los piensos. Con estos datos, la Renta Agraria regional se situó en cerca de 1.168 millones de euros, cifra inferior a la del año precedente.

El 75% de la PFA procede de producciones vegetales y a efectos de calcular la renta agraria, el valor generado por las hortalizas murcianas representa el 47% de la PFV, mientras que las frutas frescas aportan el 17%, los cítricos el 14% y las flores y plantas el 5% (el resto son otras producciones). Un año más, la Región de Murcia lideró la cosecha nacional de frutas y hortalizas, sobresaliendo por su producción de albaricoque, limón, pomelo, apio, brócoli y alcachofa.



El subsector de las hortalizas tuvo un balance negativo, a pesar del aumento en algunas cosechas. Murcia lidera la cosecha nacional de brócoli y su producción disminuyó un 16% hasta las 201.000 toneladas. También se redujeron las cosechas de tomate, alcachofa, cebolla, coliflor, espinaca o lechuga.

Igualmente, la producción de cítricos fue mala en producción. La Región de Murcia aportó en 2022 el 60% de la cosecha nacional de limones, con una producción de 517.400 toneladas (un 19% menos). A esta producción se sumaron otras 32.500 toneladas de pomelo, un 5% menos; 93.100 toneladas de mandarina y 102.000 toneladas de naranjas, también mucho menos que un año antes.

La producción de uva de mesa disminuyó un 7% y también se redujo la de uva de vinificación. Al final, la producción de vino murciana descendió un 4% hasta 718.000 hectolitros.

En cuanto al aceite de oliva, la producción murciana de la campaña 2021/2022 rondó las 10.260 toneladas y la de la campaña 2022/2023 disminuyó un 24% hasta las 7.800 toneladas.

Dentro del sector ganadero el subsector que más aporta es el porcino, que supera en valor anual los 400 millones de euros, el 60% de todo la PFG. En 2022 aumentó la producción un 2% hasta las 375.200 toneladas. Por el contrario, tuvieron peores producciones los sectores equino, ovino, caprino y cunícola, pero no así el del vacuno.

Por su lado, la aportación del sector lácteo a la renta agraria rondó los 60 millones de euros gracias a la subida de los precios, pues los volúmenes producidos fueron menores. El grueso de la producción fue leche de vaca (61.900 toneladas, un 2% menos), aunque también produjeron leche de cabra (49.300 toneladas) y de oveja (mucho más minoritaria).

En cuanto al comercio exterior, las exportaciones agroalimentarias crecieron de nuevo en 2022. Así, el valor alcanzado por las ventas al exterior ascendió a 6.573,3 millones de euros, el 9,8% del total nacional y un 8,1% más que en 2020. Murcia volvió a ser la cuarta comunidad más exportadora dentro del sector agroalimentario. Dentro de sus exportaciones sobresalieron las ventas de frutas y hortalizas.

PESCA EN LA REGIÓN DE MURCIA

La flota pesquera murciana estaba compuesta en 2022 por 187 embarcaciones (4 más que un año antes), lo que supone algo menos del 2,16 % del total nacional. Su arqueo llegó a 3.453 GT (1,08%), su potencia a 13.189 CV (1,74%) y su eslora promedio se situó en 11,07 metros. La antigüedad media de todas esas embarcaciones era de 38 años. Murcia contaba con 4 cofradías de pescadores -Águilas, Mazarrón, Cartagena y San Pedro del Pinatar- integradas en la Federación Nacional. La pesca fresca subastada en las lonjas en 2022 ascendió a 2.766 toneladas, por un valor de algo más de 13,2 millones de euros. Respecto al año anterior, se produjo un descenso importante tanto en el valor como en el volumen.

Los peces sumaron casi la totalidad de la producción pesquera (algo más de 2.562 toneladas) y dentro de ellos, los más vendidos en las lonjas el boquerón y la sardina. También se pescaron ese año 153 toneladas de crustáceos, gambas fundamentalmente, y 51,5 toneladas de moluscos, entre los que destacó el pulpo. Por su lado, la producción acuícola alcanzó en 2022 un valor de 216,7 millones de euros y un volumen de más de 19.044 toneladas, un 46,7% más que en 2021. Murcia destaca en producción de atún rojo (es la primera región en engorde y representa el 70% de su producción), lubina, dorada y corvina.

REGIÓN DE MURCIA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2022	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	93	
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	23	
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	135	
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	31	
Fabricación de productos lácteos	46	
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	8	
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	408	
Fabricación de otros productos alimenticios	183	
Fabricación de productos para alimentación animal	26	
Fabricación de bebidas	96	
TOTAL	1.049	

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2021	2022
ACEITE DE OLIVA	10,3	7,8
ALBARICOQUES	54,5	40,8
ALCACHOFAS	94,8	78
ALMENDRA CÁSCARA	36,6	27,2
APIO	114,9	84,4
BRÓCOLI	238	201
CALABACÍN	18,8	20,7
CEBADA	46	57,6
CEBOLLAS	50,6	39
CIRUELAS	10,7	8,8
COLIFLORES	50,5	39,7
ESPINACAS	27,8	27
LECHUGAS	421,2	411,7
LIMONES	641,3	517,4
MANDARINAS-CLEMENTINAS	121,4	93,1
MELOCOTONES	209,7	190,0
MELONES	207,3	169
NARANJAS	127	102
NECTARINAS	91,3	92,5
PATATAS	176,9	158,4
PEPINO	19,6	18
PERAS	27,6	17,9
PIMIENTOS	181,7	185,6
POMELO	35,5	32,7
SANDÍAS	216,9	177,9
TOMATES	221,4	218
TRIGO	21,6	24,5
UVAS DE MESA	192,7	179
VINOS (miles de hl.)	748,5	718
LECHE DE VACA	63,8	61,9
LECHE DE CABRA	50,76	49,3
CARNE DE VACUNO	21,6	20,9
CARNE DE PORCINO	369,2	375,2
CARNE DE OVINO	12,8	11,9
CARNE DE CONEJO	0,26	0,22
CARNE DE CAPRINO	1,27	1,3
CARNE DE AVES	29,7	26,4
HUEVOS (Millones de docenas)	32,6	32,5

FUENTE: MAPA

Según datos del INE, había en 2022 un total de 26 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, 4 más que un año antes. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La Región de Murcia tiene 1.522.516 habitantes y ocupa una superficie de 11.313 km², un 3,2% y de un 2,3% sobre el total nacional, respectivamente. El poder de compra de los consumidores murcianos, tomando como referencia el gasto medio por persona, es inferior a la media nacional en casi 8 puntos.

En esta comunidad autónoma hay 16.777 actividades comerciales minoristas. Aquellas que se ciñen específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 2.765. En la Región de Murcia hay 619 supermercados y 12 hipermercados –estos 631 establecimientos suponen 449.238 m² y generan una densidad comercial de 295,1 m² cada 1.000 habitantes–. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos ascienden a 2.021, un 4,9% del total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN MURCIA

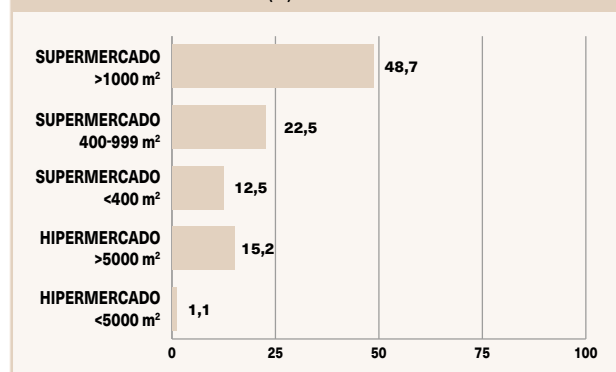
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
REGIÓN DE MURCIA	16.777	2.765	287	166	166	12	2.021
REGIÓN DE MURCIA/ ESPAÑA (%)	3,1	2,6	2,2	2,9	3,5	2,3	4,9

CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2022, la Región de Murcia registró un gasto per cápita en alimentación de 1.574,8 euros (un -1,4% inferior a la media nacional). Carne (18,6%), pescado (11,6%), frutas frescas (10,1%), derivados lácteos (8,8%), hortalizas frescas (6,8%), platos preparados (5,6%), pan (4,2%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,9%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de la Región de Murcia cuentan con un gasto superior en agua mineral (44,9%), cervezas (13,1%), hortalizas frescas (0,5%), frutas frescas (1,1%), derivados lácteos (3,2%), platos preparados (11,4%) y bebidas refrescantes y gaseosas (12,0%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-34,4%), aceite (-36,0%), carne (-3,3%), leche (-6,6%), pescado (-4,5%) y zumo y néctar (-10,1%).

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN MURCIA (%)



DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN MURCIA (Millones de Euros)

Subsectores	MURCIA Cifra de Negocio	% MURCIA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	6.715	5,4
Industria cárnica	1.911,8	6,4
Industria de Pescado	117,9	1,8
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	1.442,4	13,0
Aceites y Grasas	34,6	0,4
Productos Lácteos	138,4	1,4
Molinería y almidones	48,2	1,3
Panadería y pastas alimenticias	125,6	1,5
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	307,9	9,5
Café, Té e infusiones	14,4	0,6
Especias, salsas y condimentos	392,9	29,2
Platos y comidas preparadas	104,7	4,4
Preparados alimenticios homogenizados	237,6	22,3
Otros productos alimenticios	282,1	11,9
Productos alimentación animal	1.240,5	7,8
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	74,3	7,1
Vinos	154,7	2,3
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	66,8	2,0
Bebidas no alcohólicas	S/D	S/D

FUENTE: MAPA. Datos de 2020

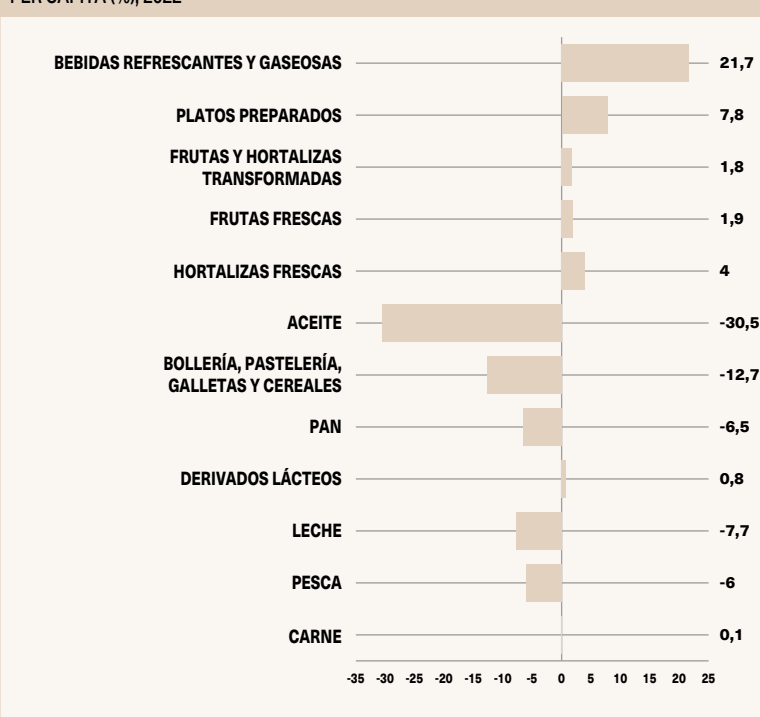
ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN MURCIA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	21,8	1,4	-9,2
CARNE	293,5	18,6	-3,3
PESCA	182,9	11,6	-4,5
LECHE	51,0	3,2	-6,6
DERIVADOS LÁCTEOS	139,3	8,8	3,2
PAN	65,6	4,2	-6,7
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	61,4	3,9	-10,5
CHOCOLATES Y CACAOS	24,9	1,6	-7,6
ACEITE	24,6	1,6	-36,0
VINO	15,3	1,0	-34,4
CERVEZAS	34,0	2,2	13,1
ZUMO Y NÉCTAR	07,3	0,5	-10,1
PATATAS	28,4	1,8	-1,4
HORTALIZAS FRESCAS	107,5	6,8	0,5
FRUTAS FRESCAS	158,4	10,1	1,1
FRUTOS SECOS	27,0	1,7	3,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	31,2	2,0	4,4
PLATOS PREPARADOS	88,4	5,6	11,4
CAFÉS E INFUSIONES	33,5	2,1	7,5
AGUA MINERAL	18,0	1,1	44,9
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	42,2	2,7	12,0
OTROS PRODUCTOS	118,5	7,5	4,0
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.574,8	100,0	-1,4

En términos medios, durante el año 2022 cada persona en la Región de Murcia consumió 118 huevos, 39,1 kilos de carne, 18,0 kilos de pescado, 60,4 litros de leche, 33,0 kilos de derivados lácteos, 26,1 kilos de pan, 7,2 litros de aceite, 24,4 litros de cerveza, 52,3 kilos de hortalizas frescas, 82,2 kilos de frutas frescas, 17,7 kilos de platos preparados, 83,9 litros de agua embotellada y 44,9 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 (21,7%), platos preparados (7,8%), frutas y hortalizas transformadas (1,8%), frutas frescas (1,9%) y hortalizas frescas (4,0%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-30,5%), pescado (-6,0%), leche (-7,7%), bollería, pastelería y galletas (-12,7%) y pan (-6,5%).

DESVIACIÓN DE REGIÓN DE MURCIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2022



Región de Murcia

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN MURCIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
20 litros de agua mineral	11 unidades de huevos
4 litros de cerveza	5 litros de leche líquida
1 kilo de conservas de pescado	2 kilos de pan
1 litro de batidos de leche	1 kilos de carne fresca
2 kilos frutas frescas	1 kilos de pescado
2 kilos hortalizas frescas	2 litros de leches fermentadas
1 kilo queso	3 litros de aceite de oliva
1 kilo carne de pollo	2 litros de vinos y derivados
1 kilo platos preparados	1 kilo de yogurt
	1 kilo de carne de vacuno

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En Murcia hay 7.677 actividades para servicios de restauración y bares, un 2,7% sobre el conjunto nacional. El

equipamiento en restaurantes, bares, comedores colectivos y hoteles está en torno a la media nacional. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN MURCIA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
MURCIA	7.677	1.983	5.046	678	16.443
MURCIA/ESPAÑA (%)	2,7	2,4	2,9	3,3	1,1

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2023) e INE (2023).



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

MURCIA

ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

JAMONES

JAMÓN SERRANO *

PRODUCCIÓN INTEGRADA

ALGODÓN

ALMENDRO

APIO

BRÓCOLI, COLIFLOR Y COLES

CÍTRICOS

ESCAROLA

FRUTALES DE HUESO

LECHUGA

MELÓN Y SANDÍA

OLIVO

PERAL

PIMIENTO DE INVERNADERO

PIMIENTO PARA PIMENTÓN

TOMATE PARA CONSUMO EN FRESCO

VID

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA REGIÓN DE MURCIA

MARCA DE GARANTÍA

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

AGUA MINERAL NATURAL

LONGANIZA IMPERIAL DE LORCA

QUESO DE CABRA CURADO A LA ALMENDRA

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



ÍNDICE DE ANUNCIANTES

014 MEDIA, S.L.	195
ANECOOP SDAD. COOP.	155
CAJAMAR CAJA RURAL, SOCIEDAD COOPERATIVA DE CRÉDITO	37
CAMPOFRIO FOOD GROUP, S.A.U.	261
CMR GROUP	DESPLÉGABLE PORTADA
CUPALMA - COOPERATIVAS UNIDAS DE LA PALMA	151
EL LOBO_ALMENDRA Y MIEL S.A.	355
EL POZO ALIMENTACIÓN, S.A.	243
GRUPO LECHE RÍO	211
GRUPO NUFRI	145
IBÉRICA DE PATATAS SELECTAS, S.L. (GRUPO IBÉRICA)	165
INTERFISH - ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL PESQUERA	299
MERCABARNA	7
MERCAMÁLAGA	492
MERCAMADRID	14
MERCASA	INTERIOR DE CONTRAPORTADA
MERCAVALENCIA	545
QUEIXO TETILLA, C.R.D.O.P.	239
QUESO DE MURCIA Y QUESO DE MURCIA AL VINO, C.R.D.O.P.	237
REAL CASA DE LA MONEDA- FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE	427
REYNO GOURMET - INTIA	577
SERPEKA, S.A. (GRUPO MOZOS)	303
STEF IBERIA, S.A.U.	63
SYNGENTA ESPAÑA, S.A.	141
UVA DE MESA EMBOLSADA DEL VINALOPÓ D.O.P.	201
UVASDOCE	CONTRAPORTADA

mercasa

Alimentando ciudades



UVAS DOCE

 **FRESH™**

INNOVATION ALL AROUND

