



# ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2022

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

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

#### Mercabarna

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

#### CMR INFINITA

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

#### CMR HOLLAND

RIDDERKERK - HOLLAND  
E-mail: [cmr@cmrholland.com](mailto:cmr@cmrholland.com)

#### CMR FRANCE

PERPIGNAN - FRANCE  
E-mail: [cmr@cmrfrance.com](mailto:cmr@cmrfrance.com)

#### CMR MAROC

CASABLANCA - MOROCCO  
E-mail: [cmr@cmrfruits.com](mailto:cmr@cmrfruits.com)

#### CMR BRASIL

NATAL - BRASIL  
E-mail: [cmr@cmrbras.com.br](mailto:cmr@cmrbras.com.br)

#### CMR PORTUGAL

CARREGADO - PORTUGAL  
E-mail: [carlos.serodio@cmrportugal.com](mailto:carlos.serodio@cmrportugal.com)



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

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



# ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2022

PRODUCCIÓN · INDUSTRIA · DISTRIBUCIÓN · CONSUMO

mercasa



## **ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA**

PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

25ª EDICIÓN 2022/2023

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

ÍNDICE DE LA INFORMACIÓN POR SECTORES.....	4	<b>INFORMACIÓN POR SECTORES</b> .....	89
ÍNDICE DE LA INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS .....	5	<b>CEREALES</b> .....	90
LA PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA DE ESPAÑA: CAMBIAR PARA MEJORAR		CEBADA .....	93
LUIS PLANAS PUCHADES.....	8	TRIGO .....	94
RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LA ALIMENTACIÓN FRESCA		MAÍZ.....	95
JOSÉ RAMÓN SEMPERE VERA .....	10	ARROZ.....	96
ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA. LAS RAZONES DEL ÉXITO		SORGO .....	98
BELÉN GUALDA GONZÁLEZ.....	12	<b>HARINAS</b> .....	99
<b>DATOS BÁSICOS</b> .....	13	PAN.....	100
PRINCIPALES RESULTADOS MACROECONÓMICOS DE LA AGRICULTURA Y LA GANADERÍA .....	16	MASAS CONGELADAS.....	101
COMERCIO EXTERIOR AGROALIMENTARIO .....	23	<b>GALLETAS</b> .....	107
INDUSTRIA ALIMENTARIA.....	28	<b>PASTELERÍA INDUSTRIAL</b> .....	109
ESTRUCTURA DEL COMERCIO MINORISTA .....	31	<b>CEREALES PARA EL DESAYUNO</b> .....	115
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS MINORISTAS .....	32	<b>PASTAS ALIMENTICIAS</b> .....	117
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....	33	<b>ARROZ</b> .....	121
CONSUMO ALIMENTARIO.....	35	<b>LEGUMBRES</b> .....	127
GASTO Y CONSUMO PER CÁPITA EN HOGARES.....	39	<b>FRUTAS Y HORTALIZAS</b> .....	139
COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	41	FRUTAS .....	144
CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS FUERA DEL HOGAR..	44	CÍTRICOS.....	152
CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE ALIÑO .....	44	FRUTOS SECOS .....	155
CONSUMO Y GASTO EN AGUA ENVASADA .....	46	HORTALIZAS .....	158
CONSUMO Y GASTO EN ARROZ .....	48	FRUTAS Y HORTALIZAS .....	169
CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS.....	50	CONSERVAS DE VERDURAS.....	180
CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA.....	52	VEGETALES CONGELADOS .....	181
CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ .....	54	ZUMOS.....	186
CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS...56		PATATAS FRITAS Y SNACKS .....	190
CONSUMO Y GASTO EN CERVEZA .....	58	FRUTOS SECOS .....	191
CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS .....	60	<b>LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS</b> .....	210
CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS .....	62	LECHE DE CONSUMO.....	218
CONSUMO Y GASTO EN HELADOS Y GRANIZADOS.....	64	PRODUCTOS LÁCTEOS.....	223
CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS .....	66	HELADOS.....	226
CONSUMO Y GASTO EN INFUSIONES .....	68	QUESOS.....	227
CONSUMO Y GASTO EN LECHE .....	70	<b>CARNES</b> .....	241
CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES.....	72	PORCINO.....	242
CONSUMO Y GASTO EN PAN.....	74	VACUNO .....	245
CONSUMO Y GASTO EN PASTAS.....	76	OVINO Y CAPRINO .....	247
CONSUMO Y GASTO EN PESCADOS Y MARISCOS.....	79	CARNE DE AVES .....	249
CONSUMO Y GASTO EN REFRESCOS.....	81	CARNE DE CONEJO .....	252
CONSUMO Y GASTO EN SIDRA.....	83	CARNE DE EQUINO .....	253
CONSUMO Y GASTO EN VINO Y DERIVADOS.....	85	CARACOLES .....	253
CONSUMO Y GASTO EN ZUMO.....	87	CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS.....	255
		ELABORADOS CÁRNICOS .....	260
		JAMÓN CURADO BLANCO .....	262
		JAMÓN IBÉRICO .....	263
		PRODUCTOS DE CASQUERÍA Y DERIVADOS DE LA CARNE..	264

HUEVOS .....	282	CAFÉ .....	404
OVOPRODUCTOS .....	286	TÉ Y OTRAS INFUSIONES .....	409
PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA .....	290	CERVEZA .....	414
PESCADO Y MARISCO FRESCO .....	300	AGUAS ENVASADAS .....	419
PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS .....	303	VINO Y MOSTO .....	424
ACUICULTURA .....	305	VINO .....	428
CONSERVAS DE PESCADO .....	305	VINOS CON IGP VINOS DE LA TIERRA .....	429
AHUMADOS .....	307	VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN .....	430
PESCADOS EN SALAZÓN .....	308	CAVA .....	432
ACEITE DE OLIVA .....	310	MOSTO .....	434
ACEITUNA DE MESA .....	327	BEBIDAS ESPIRITUOSAS .....	458
OLEAGINOSAS .....	338	SIDRA .....	468
ACEITES DE SEMILLAS .....	342	VERMÚ .....	472
MARGARINA .....	346	BEBIDAS REFRESCANTES .....	473
AZÚCAR .....	349	AGRICULTURA ECOLÓGICA .....	478
CARAMELOS .....	356	<b>INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS .....</b>	<b>481</b>
TURRONES Y MAZAPANES .....	358	ANDALUCÍA .....	490
MIEL .....	363	ARAGÓN .....	496
CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO .....	372	ASTURIAS .....	502
PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS .....	377	CANARIAS .....	508
PRODUCTOS DESHIDRATADOS .....	379	CANTABRIA .....	514
COMIDA ÉTNICA .....	379	CASTILLA-LA MANCHA .....	520
PIZZA FRESCA, SANDWICH Y BOCADILLOS .....	380	CASTILLA Y LEÓN .....	526
ALIMENTOS "PLANT BASED" .....	380	CATALUÑA .....	532
CALDOS Y SOPAS .....	384	COMUNIDAD DE MADRID .....	538
PRODUCTOS DIETÉTICOS .....	386	COMUNIDAD VALENCIANA .....	544
PRODUCTOS FUNCIONALES .....	387	EXTREMADURA .....	550
ALIMENTACIÓN PARA DEPORTISTAS .....	388	GALICIA .....	556
COMPLEMENTOS ALIMENTICIOS .....	388	ISLAS BALEARES .....	562
ALIMENTACIÓN INFANTIL .....	389	LA RIOJA .....	568
ALIMENTOS PARA NIÑOS .....	390	NAVARRA .....	574
ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS .....	391	PAÍS VASCO .....	580
SALSAS .....	392	REGIÓN DE MURCIA .....	586
SAL .....	398		
VINAGRE .....	401		



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

**+3.100.000** de Tm.  
productos comercializados

**Área de influencia:**

500 km.

12 mill. consumidores

**Diariamente acceden:**

20.000 personas

15.000 vehículos

**Superficie:**

2.215.060 m<sup>2</sup>



<b>INFORMACIÓN POR SECTORES</b> .....	89	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS.....	224	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE ACEITUNA DE MESA.....	337
<b>CEREALES</b> .....	90	HELADOS.....	226	<b>OLEAGINOSAS</b> .....	338
CEBADA.....	93	QUESOS.....	227	ACEITES DE SEMILLAS.....	342
TRIGO.....	94	DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS Y OTRAS MARCAS DE CALIDAD EN EL SECTOR DE QUESOS.....	232	MARGARINA.....	346
MAÍZ.....	95	<b>CARNES</b> .....	241	<b>AZÚCAR</b> .....	349
ARROZ.....	96	PORCINO.....	242	<b>CARAMELOS</b> .....	356
SORGO.....	98	VACUNO.....	245	<b>TURRONES Y MAZAPANES</b> .....	358
OTROS CEREALES SECUNDARIOS.....	98	OVINO Y CAPRINO.....	247	<b>MIEL</b> .....	363
<b>HARINAS</b> .....	99	CARNE DE AVES.....	249	<b>CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO</b> .....	372
PAN.....	100	CARNE DE PAVO.....	251	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO.....	372
MASAS CONGELADAS.....	101	PATO Y OTRAS AVES.....	251	<b>PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS</b> .....	377
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HARINAS Y PANES.....	104	CARNE DE CONEJO.....	252	PRODUCTOS DESHIDRATADOS.....	379
<b>GALLETAS</b> .....	107	CARNE DE EQUINO.....	253	COMIDA ÉTNICA.....	379
<b>PASTELERÍA INDUSTRIAL</b> .....	109	CARACOLES.....	253	PIZZA FRESCA, SANDWICH Y BOCADILLOS.....	380
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES.....	113	CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS.....	255	<b>CALDOS Y SOPAS</b> .....	384
<b>CEREALES PARA EL DESAYUNO</b> .....	115	ELABORADOS CÁRNICOS.....	260	<b>PRODUCTOS DIETÉTICOS</b> .....	386
<b>PASTAS ALIMENTICIAS</b> .....	117	JAMÓN CURADO BLANCO.....	262	ESTRUCTURA EMPRESARIAL.....	386
PASTA SECA, PASTA FRESCA.....	117	ESTRUCTURA EMPRESARIAL.....	262	PRODUCTOS FUNCIONALES.....	387
<b>ARROZ</b> .....	121	JAMÓN IBÉRICO.....	263	ALIMENTACIÓN PARA DEPORTISTAS.....	388
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ARROZ.....	125	PRODUCTOS DE CASQUERÍA Y DERIVADOS DE LA CARNE.....	264	COMPLEMENTOS ALIMENTICIOS.....	388
<b>LEGUMBRES</b> .....	127	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CARNES.....	266	<b>ALIMENTACIÓN INFANTIL</b> .....	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.....	273	<b>ESPECIAS, CONDIMENTOS Y SALSAS</b> .....	391
<b>FRUTAS Y HORTALIZAS</b> .....	139	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE EMBUTIDOS, SALAZONES Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS.....	278	SALSAS.....	392
FRUTAS.....	144	<b>HUEVOS</b> .....	282	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CONDIMENTOS.....	395
CÍTRICOS.....	152	OVOPRODUCTOS.....	286	SAL.....	398
FRUTOS SECOS.....	155	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HUEVOS.....	286	<b>VINAGRE</b> .....	401
HORTALIZAS.....	158	<b>PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA</b> .....	290	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL VINAGRE.....	403
FRUTAS Y HORTALIZAS.....	169	PESCADO Y MARISCO FRESCO.....	300	<b>CAFÉ</b> .....	404
CONSERVAS DE VERDURAS.....	180	PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS.....	303	ACHICORIA.....	406
VEGETALES CONGELADOS.....	181	ACUICULTURA.....	305	TÉ Y OTRAS INFUSIONES.....	409
ZUMOS.....	186	CONSERVAS DE PESCADO.....	305	<b>CERVEZA</b> .....	414
PATATAS FRITAS Y SNACKS.....	190	AHUMADOS.....	307	<b>AGUAS ENVASADAS</b> .....	419
FRUTOS SECOS.....	191	PESCADOS EN SALAZÓN.....	308	<b>VINO Y MOSTO</b> .....	424
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTAS.....	195	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA.....	309	CAVA.....	432
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HORTALIZAS.....	202	<b>ACEITE DE OLIVA</b> .....	310	MOSTO.....	434
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTOS SECOS.....	209	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA.....	318	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL VINO.....	438
<b>LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS</b> .....	210	<b>ACEITUNA DE MESA</b> .....	327	<b>BEBIDAS ESPIRITUOSAS</b> .....	458
LECHE DE OVEJA Y DE CABRA.....	214	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE ACEITUNA DE MESA.....	327	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS.....	463
OTRAS PRODUCCIONES LÁCTEAS.....	216			SIDRA.....	468
LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS.....	217			VERMÚ.....	472
LECHE DE CONSUMO.....	218			DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE SIDRAS.....	472
PRODUCTOS LÁCTEOS.....	223			<b>BEBIDAS REFRESCANTES</b> .....	473
				<b>AGRICULTURA ECOLÓGICA</b> .....	478

<b>INFORMACIÓN POR COMUNIDADES</b> .....489	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....524	PESCA EN GALICIA .....556
ANDALUCÍA .....490	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA-LA MANCHA .....525	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....558
AGRICULTURA Y GANADERÍA .....490	CASTILLA Y LEÓN .....526	CONSUMO ALIMENTARIO .....558
PESCA EN ANDALUCÍA .....490	AGRICULTURA Y GANADERÍA .....526	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....560
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....492	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....528	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE GALICIA .....561
CONSUMO ALIMENTARIO .....492	CONSUMO ALIMENTARIO .....528	ISLAS BALEARES .....562
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....494	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....530	AGRICULTURA Y GANADERÍA .....562
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ANDALUCÍA .....495	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA Y LEÓN .....531	PESCA EN ISLAS BALEARES .....562
ARAGÓN .....496	CATALUÑA .....532	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....564
AGRICULTURA Y GANADERÍA .....496	AGRICULTURA Y GANADERÍA .....532	CONSUMO ALIMENTARIO .....564
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....498	PESCA EN CATALUÑA .....533	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....566
CONSUMO ALIMENTARIO .....498	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....534	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ISLAS BALEARES .....567
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....500	CONSUMO ALIMENTARIO .....535	LA RIOJA .....568
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ARAGÓN .....501	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....536	AGRICULTURA Y GANADERÍA .....568
ASTURIAS .....502	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CATALUÑA .....537	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....570
AGRICULTURA Y GANADERÍA .....502	COMUNIDAD DE MADRID .....538	CONSUMO ALIMENTARIO .....570
PESCA EN ASTURIAS .....503	AGRICULTURA Y GANADERÍA .....538	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....572
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....504	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....540	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA RIOJA .....573
CONSUMO ALIMENTARIO .....504	CONSUMO ALIMENTARIO .....540	NAVARRA .....574
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....506	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....542	AGRICULTURA Y GANADERÍA .....574
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ASTURIAS .....507	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE MADRID .....543	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....576
CANARIAS .....508	COMUNIDAD VALENCIANA .....544	CONSUMO ALIMENTARIO .....576
AGRICULTURA Y GANADERÍA .....508	AGRICULTURA Y GANADERÍA .....544	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....578
PESCA EN CANARIAS .....508	PESCA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA .....545	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE NAVARRA .....579
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....510	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....546	PAÍS VASCO .....580
CONSUMO ALIMENTARIO .....510	CONSUMO ALIMENTARIO .....546	AGRICULTURA Y GANADERÍA .....580
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....512	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....548	PESCA EN EL PAÍS VASCO .....581
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANARIAS .....513	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA .....549	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....582
CANTABRIA .....514	EXTREMADURA .....550	CONSUMO ALIMENTARIO .....582
AGRICULTURA Y GANADERÍA .....514	AGRICULTURA Y GANADERÍA .....550	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....584
PESCA EN CANTABRIA .....515	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....552	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DEL PAÍS VASCO .....585
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....516	CONSUMO ALIMENTARIO .....552	REGIÓN DE MURCIA .....586
CONSUMO ALIMENTARIO .....516	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....554	AGRICULTURA Y GANADERÍA .....586
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....518	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 .....519	GALICIA .....556	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....588
CASTILLA-LA MANCHA .....520	AGRICULTURA Y GANADERÍA .....556	CONSUMO ALIMENTARIO .....588
AGRICULTURA Y GANADERÍA .....520	AGRICULTURA Y GANADERÍA .....556	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN .....590
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA .....522	AGRICULTURA Y GANADERÍA .....556	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE MURCIA .....591
CONSUMO ALIMENTARIO .....522		ÍNDICE DE ANUNCIANTES .....592

# La producción agroalimentaria de España: cambiar para mejorar



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

La cadena agroalimentaria, desde la producción al consumo, pasando por la industria y la distribución, conforma un importante sector de la economía española. Supone aproximadamente un 11% de nuestro Producto Interior Bruto (PIB) y emplea a más 2,3 millones de empleos. En esta misma línea, las más de 30.200 empresas dedicadas a la industria de la alimentación y bebidas ocupa el primer puesto de la rama manufacturera española. Representa el 23,3% del sector industrial, el 22% de las personas ocupadas y el 2,3% del PIB de España.

Son cifras de actividad económica que convierten a España en el cuarto valor de mayor producción agraria de la Unión Europea, con más de 56.000 millones de euros, así como en el cuarto exportador comunitario y el séptimo del mundo. De hecho, los sucesivos récords de exportaciones agroalimentarias constituyen, sin duda, uno de los datos más palmarios sobre la fortaleza y eficacia de este sector.

Todo ello, gracias al fruto del trabajo y el conocimiento de quienes trabajan a lo largo de toda nuestra cadena agroalimentaria, un modelo de referencia del que podemos estar orgullosos. En el año móvil hasta septiembre de 2022, hemos superado, ya, los 66.000 millones de euros en exportaciones, la mayor cifra de la serie histórica en este capítulo. Desde 2020, también es apreciable el incremento del saldo

positivo en la balanza comercial. Además, se trata de una mejora sostenida en el tiempo, puesto que llevamos meses consecutivos superándonos, a pesar de las dificultades del momento, como consecuencia de la guerra de Rusia en Ucrania. Pero el sector agroalimentario, con el apoyo del Gobierno, está haciendo frente a las adversidades para que no falten alimentos y bebidas en las mesas.

Contamos con un sector estratégico en lo económico pero, además, la agroalimentación constituye una rama de actividad muy importante en otros aspectos, como los medioambientales, territoriales, culturales e incluso los turísticos.

En este sentido, la ley contra el desperdicio y la pérdida de alimentos, que se encuentra en su tramitación parlamentaria, es un ejemplo de la capacidad del sector para contribuir a una conducta cívica más ética y responsable, ante los desafíos globales que suponen el hambre o el cambio climático.

El solapamiento de diferentes graves crisis inéditas que estamos teniendo que superar en los últimos años (pandemia, volcán, sequía, guerra...) no sólo ha revelado la capacidad de resistencia del sector agroalimentario español, sino que también ha puesto de manifiesto la necesidad de situarlo en el centro de la riqueza productiva de nuestro país.

Ahora, el desafío es satisfacer la demanda de una población mundial creciente con un modelo productivo sostenible desde el punto de vista económico, social y medioambiental. A las medidas extraordinarias y a las iniciativas impulsadas a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, se ha venido a sumar el Proyecto Estratégico para la Recuperación y Transformación Económica (PERTE) Agroalimentario que actúa sobre tres ejes: a) el aumento de la competitividad, mediante la digitalización e innovación; b) el fomento de la sostenibilidad, a través de la optimización de los insumos; y c) la creación de mecanismos para garantizar la trazabilidad y seguridad alimentaria.

Debemos apostar por la innovación y las producciones sostenibles, sin perder rentabilidad económica, como señas de identidad de nuestro sector agroalimentario. Vamos a aprovechar las inversiones y reformas que tenemos en marcha para que el sector siga siendo un motor en la generación de riqueza y empleo en nuestro país y, en particular, en el medio rural.

Nuestro avance en la senda de la innovación y el valor añadido puede fortalecer al sector agroalimentario español y hacer visible al conjunto de la sociedad que la agroalimentación es uno de los principales ejes económicos de nuestro país. ■

# Alimentación en España. Las razones del éxito



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

**E**l sector agroalimentario y el modelo de distribución alimentaria en nuestro país poseen un valor estratégico no solo por su aportación al PIB y por su importancia en la reactivación económica sino por el papel esencial que desempeñan en el abastecimiento de alimentos a la población. Este aspecto quedó patente durante la pandemia, cuando el sistema supo dar respuesta en momentos muy difíciles y complejos.

El buen funcionamiento de todos los eslabones de la cadena, desde la producción hasta el consumidor final, garantizó en todo momento el suministro a la población, gracias al esfuerzo del colectivo de mujeres y hombres que trabajaron desde el campo, la pesca, la industria, la distribución y el comercio. Su compromiso e implicación merece todo nuestro agradecimiento.

Hoy vuelven a alterarse los mercados alimentarios por los efectos de la invasión rusa en Ucrania. En este contexto destaca de nuevo la eficiencia de nuestra cadena alimentaria y el compromiso con la sociedad, atendiendo a nuestra responsabilidad global como uno de los mayores exportadores mundiales de alimentos.

Y en este escenario me gustaría destacar el factor determinante que configura el ADN de nuestras instituciones y empresas, la vocación de servicio público. Desde el Grupo SEPI prestamos servicio a la sociedad

y estamos presentes en sectores estratégicos, respondiendo al doble objetivo de rentabilidad económica y rentabilidad social de nuestras compañías.

Reflejo de ello es nuestra participación en Mercasa y la Red de Mercas, empresas que contribuyen día a día en un sector de vital importancia como es el alimentario y que velan por dar respuesta a las necesidades de la población a través de una gestión rigurosa, eficiente y sostenible de infraestructuras y servicios a disposición de la distribución de los alimentos frescos en nuestro país.

Mercasa lidera, con su participación, el gran grupo de empresas que conforman las 24 Mercas existentes en España, un modelo ejemplar de colaboración entre instituciones públicas municipales y estatales, que genera más de 30.000 puestos de trabajo y en donde operan más de 3.200 empresas en su mayoría pymes del sector mayorista y de servicios complementarios. En este entramado empresarial se realizan más de 110.000 transacciones comerciales diarias para llevar al consumo -a través del comercio minorista y la restauración, en todos sus formatos- los alimentos frescos más variados y de mayor calidad.

La actividad de la Red de Mercas engloba la distribución de más de 8,4 millones de toneladas de alimentos al año, canaliza el 65% de frutas y hortalizas, el 55% de los pescados y mariscos, y el 45% del total de carnes frescas que se consumen en España. En términos económicos, la actividad que se genera en las Mercas

supera los 16.500 millones de euros, (datos de 2021), equivalentes al 1,4 por ciento del PIB nacional.

La fuerza del presente es, por tanto, la mejor garantía de proyección hacia el futuro para el servicio público de Mercasa y la Red de Mercas que, en los últimos años, ha puesto en marcha nuevos planes estratégicos para favorecer la transformación digital en sus procesos de gestión y para modernizar sus estructuras y hacerlas más eficientes y sostenibles.

La sostenibilidad forma parte del compromiso de Mercasa y la Red de Mercas con la sociedad y con el planeta, y es el camino hacia el que se dirige nuestro modelo alimentario impulsado por las políticas de la Unión Europea y del Gobierno español basadas en la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Quiero felicitar a todas las personas que componen el equipo de Mercasa y la red de Mercas, y reiterarles mi apoyo y colaboración para continuar manteniendo los mejores estándares de calidad y colaboración en su inestimable contribución al fomento de la eficiencia y sostenibilidad de la cadena alimentaria.

Su compromiso con la sociedad y con el planeta es un compromiso compartido por todas las empresas del Grupo SEPI, como valedoras de un servicio público que persigue responder con eficacia a los retos medioambientales, sociales y económicos actuales y futuros. ■

# Responsabilidad social con la alimentación fresca



**JOSÉ RAMÓN SEMPERE VERA**  
PRESIDENTE DE MERCASA

**E**l informe anual sobre Alimentación en España, que elaboramos en Mercasa desde hace 25 años, permite analizar con mucha precisión la evolución de las grandes magnitudes de todos los procesos de la cadena alimentaria, sobre un modelo de análisis que se ha ido mejorando con el tiempo, pero que mantiene una estructura estable para favorecer el estudio a lo largo del tiempo.

La información sobre consumo procede del excelente trabajo que aporta el panel alimentario del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, una herramienta excepcional que permite conocer al detalle tanto los datos concretos de gasto y consumo de alimentos como las múltiples variables socioeconómicas sobre los hábitos de toda la población.

Hay una realidad que destaca y se mantiene firme año tras año. Los productos frescos siguen teniendo el mayor peso en el consumo en los hogares. Pero más allá de esta tendencia sostenida, dónde el análisis resulta más relevante es en el comportamiento de la demanda en función de la edad y las características familiares de las y los consumidores, porque aquí se observan diferencias importantes que invitan a la reflexión y despiertan la necesidad de actuar, en la medida de lo posible, desde las instituciones y las empresas vinculadas a la cadena alimentaria.

En todos los grupos de alimentos frescos, se repite una misma conclusión. Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio entre los jubilados, los adultos independientes, las parejas adultas sin hijos y las pa-



rejas 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.

En definitiva, hay un menor consumo medio de alimentos frescos en la población más joven, especialmente en los hogares con hijos pequeños, en un entorno de creación y consolidación de hábitos que forman parte del proceso educativo y que nos marcan las preferencias para el futuro.

Con una reflexión añadida y positiva en este sentido, que forma parte del debate social y educativo, por la importancia que tienen los criterios cada vez más saludables de elaboración de los menús escolares. A fin de cuentas, sobre todo en educación infantil y primaria, la mayor parte de los escolares hacen en los colegios la comida central de cada día.

En todo caso, para contribuir a una mayor presencia de alimentos frescos en los segmentos sociales con menor demanda, contamos en España con algunos valores añadidos importantes.

En primer lugar, una oferta amplia, variada, cercana y de gran calidad, probablemente como en ningún otro país de nuestro entorno, que se refleja sobre todo en un consumo elevado de frutas y verduras de temporada.

En segundo lugar, unos procesos comerciales que facilitan el acceso de toda la población a los alimentos frescos, a lo que contribuye la existencia del canal mayorista que actúa en la Red de Mercas, sin cuya

función no tendríamos en España la enorme capacidad comercial en todos los formatos para la venta minorista de frutas, verduras, carnes y pescados.

Así se explica que el comercio especializado mantenga una cuota de mercado muy destacada en alimentación fresca. Sin olvidar que desde la Red de Mercas se abastece a todos los canales minoristas y de la restauración, con un modelo de gestión que se define por ser sostenible y eficiente.

Y, en tercer lugar, una cultura gastronómica que, a pesar de cambios, evoluciones e influencias de todo tipo, sigue apostando con fuerza por hábitos y productos que se asocian al patrón básico de la dieta mediterránea.

Por todo ello, es responsabilidad común y compartida, en el ámbito familiar e institucional, analizar con detalle los indicadores socioeconómicos del consumo alimentario para actuar allí donde resulta más necesario.

Contamos con herramientas que pueden contribuir a este objetivo. Una de ellas es el refuerzo de la información y la promoción alimentaria, insistiendo en las bondades saludables, sostenibles y culturales de pautas de consumo vinculadas a la alimentación fresca.

Sumando a ello las acciones públicas y privadas, en todos los ámbitos, para apoyar los procesos logísticos y comerciales que favorezcan una mejor y mayor presencia de alimentos frescos en la compra y consumo de las generaciones más jóvenes. ■



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



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

Más que un anuncio.  
Contáctanos.

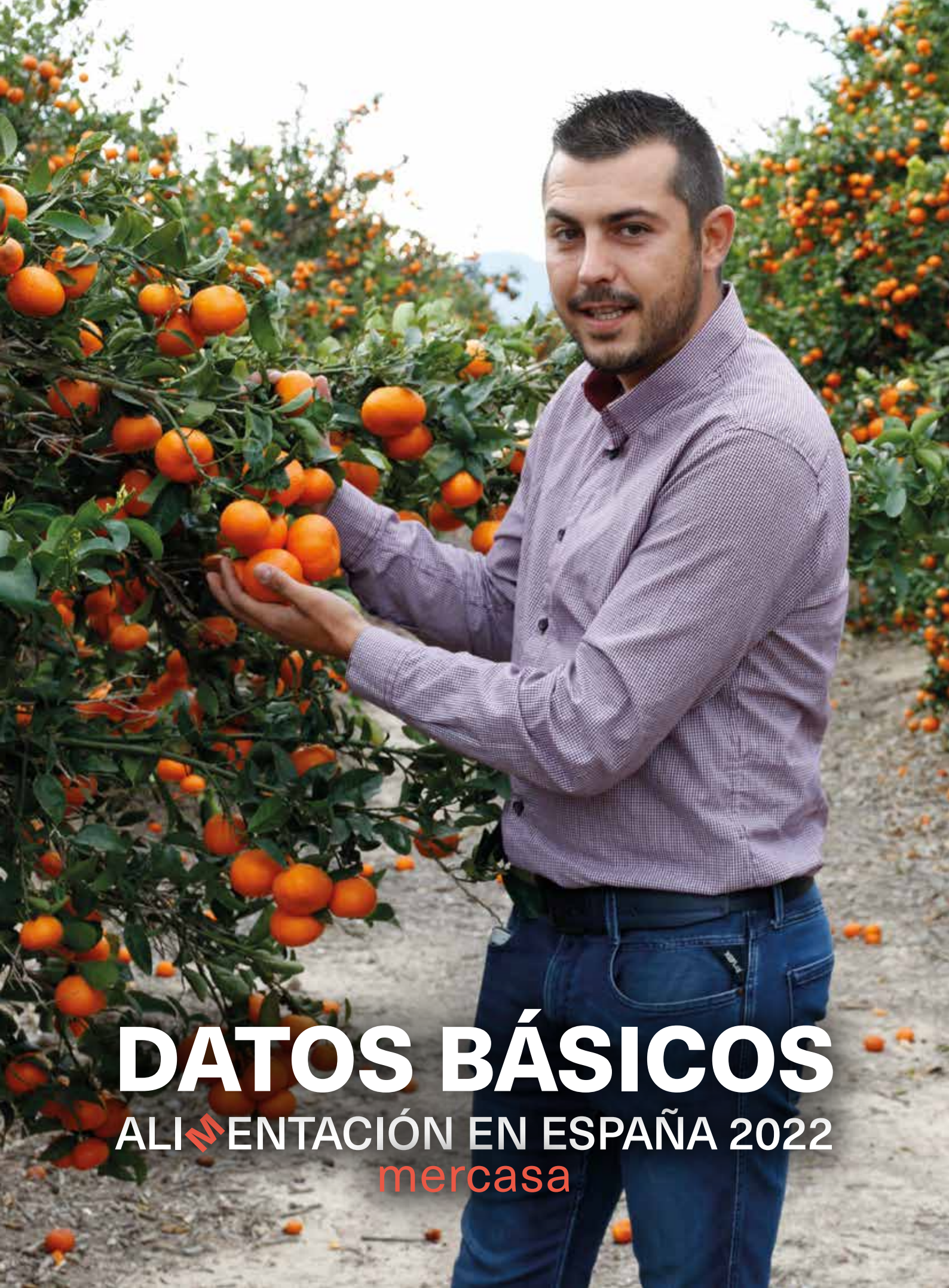
Nuestros soportes en la red de distribución  
más importante del país:

**Mupis, Vallas**  
**Lonas interiores**  
**Lonas de gran formato**

**Banderolas**  
**Pantallas digitales**  
**Acciones especiales**

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

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



# DATOS BÁSICOS

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2022

mercasa

# Principales resultados macroeconómicos de la agricultura y la ganadería



## MACROMAGNITUDES

El valor de la Producción de la Rama de Actividad Agraria española en 2021 superó los 56.427 millones de euros (valores corrientes a precios básicos), un 7,8% 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 2021 supusieron 26.774,5 millones de euros (un 12,6% más que en 2020), se obtiene el Valor Añadido Bruto a precios básicos, que resultó ser de 29.652,6 millones de euros, un 3,8% más que un año antes.

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

agrarios y de otra índole necesarios para el funcionamiento y gestión de las explotaciones.

Por su lado, se considera el Valor Añadido como “bruto” porque la maquinaria agrícola y las instalaciones agrarias se deterioran con el uso y hay que reponerlas dentro de un plazo variable, debiéndose por ello prever -en este Valor Añadido- una partida para amortizaciones, que en 2021 se estimaron en 5.821,6 millones de euros, una cifra superior a la de 2020.

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 (5.642 millones de euros en 2021) y se le restan las amortizaciones y otros impuestos (por importe de

487,7 millones de euros en el año 2021) se llega al Valor Añadido Neto al coste de los factores, también denominado Renta Agraria (RA), cuyo valor en el fue 28.985,4 millones de euros (valores corrientes a precios básicos), lo que supuso un ascenso del 2,3% respecto a la Renta Agraria de 2020.

Por su parte, en 2021 se produjo un aumento del 6,3% 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 3,8% a la del año anterior, según las estimaciones del ministerio de Agricultura.

## EMPLEO

Según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), al acabar 2021 estaban activos dentro del sector primario (agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca) un total de 1.001.200 personas, un 3,5% más de los que había al acabar el último trimestre del año anterior.

Por su lado, el número de ocupados en el sector agrario (agricultura, pesca y silvicultura) era de 840.100 personas, un 7,4% menos que en el año anterior.

En la industria de la alimentación y bebidas el número de ocupados al acabar 2021 ascendía a 514.300 personas, menos que en el año anterior. De estos, 464.100 trabajaban en la industria de la alimentación y el resto en la de bebidas.

## SECTORES

### CEREALES

La producción de cereales disminuyó en 2021 un 6%, mientras que los precios medios subieron un 35,5%, según los datos del ministerio de Agricultura. Por ello, el valor generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria nacional se disparó un 27,3%, hasta situarse en 6.050,6 millones de euros en términos corrientes.

La producción total de cereales (trigo, cebada, avena, centeno, triticale, maíz, sorgo y arroz) se elevó por encima de los 25 millones de toneladas, un volumen inferior al del año precedente.

Por su lado, la cosecha comunitaria de cereales (sin incluir el arroz) en el año 2021 fue de 295,92 millones

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS EN 2021	
PRODUCTO	PRODUCCIÓN (Miles de toneladas)
TRIGO	7.939,50
CEBADA	10.960,60
MAÍZ GRANO	4.121,40
ARROZ (CÁSCARA)	783,3
AVENA	1.290
GARBANZOS	45,1
GUISANTES SECOS	227
GIRASOL	950,3
REMOLACHA AZÚCARERA	2.508
SANDÍAS	1.234,80
MELÓNES	613,5
FRESAS/FRESONES	271,5
MANZANAS DE MESA	500,8
PERAS	316,5
ALBARICOQUES	130,9
MELOCOTONES	792
PLÁTANOS	417,2
UVAS DE MESA	297,8
NARANJAS	3.323 (campaña 20/21)
MANDARINAS	2.313,4 (campaña 20/21)
LIMONES	1.062,9 (campaña 20/21)
ALMENDRAS CÁSCARA	353,7
PATATAS	2.138,90
TOMATES FRESCO	4.242,40
JUDÍAS VERDES	161,2
PIMIENTOS	1.558,30
ALCACHOFAS	200,7
BRÓCOLI	586,5
COLIFLORES	214,2
AJOS SECOS	272,8
CEBOLLAS	1.261,40
CALABACÍN	602,4
PEPINOS	804
LECHUGAS	997,5
ZANAHORIAS	407,7
ACEITE DE OLIVA	1.385,6 (campaña 20/21)
ACEITUNAS ADEREZO	546,5 (campaña 20/21)
VINO	40,9 (millones de hl.)
CARNE DE VACUNO	677,3
CARNE DE OVINO	114,3
CARNE DE CAPRINO	10,6
CARNE DE PORCINO	5.023,50
CARNE DE AVES	1.717,80
CARNE DE CONEJO	51,2
LECHE DE VACA	7.405
LECHE DE OVEJA	508,3
LECHE DE CABRA	468
HUEVOS DE GALLINA	918

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

de toneladas, un 4,2% más que en la campaña anterior. En la Unión Europea, la mayor cosecha fue la de trigo, seguida de las de maíz y cebada.

### LEGUMINOSAS

En la campaña de comercialización 2021, la superficie de leguminosas grano alcanzó las 352.600 hectáreas, un 0,5% menos que en la campaña anterior, que también registró un descenso importante de las siembras.

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

Junto con la reducción de las siembras se produjo una caída de la producción en conjunto. Así, se cosecharon 429.500 toneladas en total, un 19% más que un año antes.

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

### FRUTAS Y HORTALIZAS

España es uno de los primeros países del mundo en producción de frutas y hortalizas y también uno de los que más exporta.

La producción total de frutas y hortalizas en España superó en 2021 los 24 millones de toneladas, un volumen inferior al del año anterior. De esta producción total, aproximadamente el 56,7% correspondió a hortalizas; el 27,3% a los cítricos; el 14,2% al resto de las frutas y el 1,8% a los frutos de cáscara (frutos secos).

A efectos de calcular la renta agraria anual, el valor de la producción española de frutas (uvas incluidas) y hortalizas (no incluye la patata) ascendió en 2021 a 20.080 millones de euros (datos del MAPA a efectos de calcular la renta agraria anual). La cifra supuso un aumento del 5,2% respecto a la campaña anterior.

Estas producciones agrícolas en conjunto (frutas y hortalizas) representaron el 59,7% de la Producción Vegetal final y el 35,6% 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 2021, su aportación a la renta agraria se elevó a casi 10.705 millones de euros, casi mil 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 2,8 millones de euros), por lo tanto, las hortalizas supondrían un valor de unos 8 millones de euros para la renta agraria.

Por su lado, el subsector de las frutas aportó algo más de 9.375 millones de euros, casi 246 millones de euros menos que en el año precedente (en este valor están incluidas también las aportaciones de las uvas).

### PATATAS

Al contrario que en el año anterior, la producción de patatas aumentó en 2021. Según los datos del MAPA a efectos de calcular la renta agraria, la cosecha de patatas creció en volumen un 4,4%, al tiempo que los precios subieron de media un 2,6%.

Con estos datos, el valor generado por este sector a efectos de calcular la Producción Final Agraria se situó en 562,6 millones de euros a precios corrientes, frente a los 549 millones del año 2020.

La producción de patatas en 2021 aportó cerca del 0,7% de la Producción Final Agraria y el 1% de la Producción Vegetal.

### REMOLACHA AZÚCARERA

El valor generado por el cultivo de la remolacha destinada a la producción de azúcar (a efectos de calcular la renta agraria) ronda los 90 millones de euros, según estimaciones.

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

Como consecuencia, principalmente, de la menor producción de remolacha, en la campaña 2020/2021 la producción nacional de azúcar quedó en 380.000 toneladas, un 7% menos que en la campaña precedente, según los datos manejados por la Comisión Europea, que hacen referencia a la producción en campaña, sin sumar o restar el saldo de la campaña anterior.

Por su parte, en la campaña 2021/2022 la previsión de la Comisión apuntaba a una producción de azúcar en España cercana a las 389.500 toneladas.

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

La producción comunitaria de azúcar en la campaña 2020/2021 disminuyó hasta los 14,5 millones de toneladas, según los datos publicados por la Comisión Europea. Por su lado, en la campaña 2021/2022 subió la producción comunitaria de azúcar hasta 16,6 millones de toneladas, (en ambas campañas no están incluidas las producciones de Reino Unido, por su salida de la UE).

## OLEAGINOSAS

La producción nacional de las principales semillas oleaginosas (girasol, colza y soja), registró en el año 2021 un nuevo incremento, continuando con la tendencia del año precedente.

Así, según datos del Ministerio de Agricultura, en la campaña 2020/2021 (que va de julio a junio) la superficie destinada al cultivo de colza, soja y girasol sumó 723.000 hectáreas (por debajo de la anterior campaña), pero la producción superó el millón de toneladas en total, muy por encima de lo que se cosechó en la campaña precedente.

Por su lado, en la campaña 2021/2022 la producción resultante fue 993.000 toneladas, a pesar de que la superficie disminuyó hasta las 716.000 hectáreas.

La semilla oleaginosa que más se cultiva -y con mucha diferencia- es el girasol.

En la UE, la producción de oleaginosas en el año 2021 superó los 30,3 millones de toneladas, un 8% más que en el año anterior. La mayor cosecha en volumen fue la de colza y la menor, la de linaza.

## VINO Y MOSTO

En 2021, el sector del vino y el mosto representó el 3,5% del valor de la Producción Vegetal final y el 2,1% de la producción de la Producción de la Rama Agraria. En ambos casos, los porcentajes fueron muy inferiores a los del año precedente debido a la reducción de la cosecha.

Al contrario que en los años anteriores, el volumen de vino y mosto total producido en España se redujo espectacularmente en 2021. Según los datos del MAPA, a efectos de calcular la renta agraria anual, se produjo

una caída del volumen de vino y mosto del 12,8%, unida a una subida de los precios del 16%. El resultado final de estos datos es que el sector generó un valor superior en un 1,2% al del año precedente (1.205,2 millones de euros).

En la vendimia de 2021 se recogieron para elaborar vinos y mostos un total de 5,31 millones de toneladas de uva, de las cuales 2,88 millones de toneladas fueron uvas blancas y 2,33 millones tintas. Un año más, la región con mayor producción de uva fue Castilla-La Mancha seguida muy de lejos por Extremadura y Cataluña.

Asimismo, la producción española de vinos y mostos en la campaña 2021/2022 se situó en 39,44 millones de hectolitros, un 14,2% menos que en la campaña pasada, según los datos del Avance de Producciones del MAPA.

La producción de vino y mosto comunitaria se situó en torno a 158,7 millones de hectolitros, lo que supuso un descenso del 7% 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. En el año 2021, la superficie de olivar censado por el Ministerio de Agricultura se incrementó un 0,7%, hasta llegar a 2.770.425 hectáreas, el 60% de las cuales se encuentra en Andalucía.

Según los datos MAPA a efectos de calcular la renta agraria anual, la producción de aceite de oliva 2021 tuvo una evolución muy positiva, al contrario de lo que sucedió en el año anterior. Estos datos no se corresponden con la evolución de la campaña 2021/2022, sino con la anterior 2020/2021.

En este sentido, en cantidad la producción de aceite de oliva se incrementó un 23,6%, mientras que los precios subieron de media un 42,8% (en los tres años anteriores habían bajado). De este modo, el valor generado por el sector del aceite de oliva se incrementó significativamente (un 76,5%) y se situó en 2.611 millones de euros.

La producción nacional de aceite en la campaña 2020/2021 alcanzó un volumen cercano a 1,38 millones de toneladas, un 24% más que en la anterior.

Sin embargo, la producción nacional de aceite en la campaña 2021/2022 se incrementó y alcanzó un volumen de 1,45 millones de toneladas.

Por su lado, la UE en la campaña 2020/2021 aumentó un 7% su producción de aceite de oliva y en la campaña 2021/2022, produjo poco más de 2,26 millones de toneladas de aceite de oliva, según datos de la Comisión Europea. En el aumento de la producción de esta campaña también tuvo mucho que ver la buena cosecha española, así como también los incrementos registrados en Italia, Portugal y Francia.

### ACEITUNA DE MESA

La aceituna de mesa es un producto español que lidera los mercados internacionales. En la campaña 2020/2021 la producción nacional de aceituna de mesa fue de alrededor de 546.600 toneladas, según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA). Este volumen resultó un 19% superior al de la anterior campaña. En la campaña 2021/2022, la producción de aceituna de aderezo aumentó también un 19% hasta algo más de 653.000 toneladas. Según los datos de ASEMESA (Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceitunas de Mesa), las exportaciones de la aceituna de mesa española crecieron un 3,41% en 2021 tras pasar de los 303,6 a 313,9 millones de kilos.

A nivel de la Unión Europea, la producción de aceituna de mesa en la campaña 2020/2021 ascendió a cerca de 546.600 toneladas, un volumen superior en un 191% al de la campaña precedente, según los datos del Comité Oleícola Internacional (COI). Para la campaña 2021/2022, las previsiones de este organismo cifran la producción en 896.200 toneladas, un 19% más también.



### PORCINO

Por su aportación económica, el porcino es el principal sector ganadero en España. En 2021, el sector del porcino supuso el 42,4% de la Producción Final Ganadera y el 15,7% de la Producción Final Agraria (porcentajes superiores a los del año anteriores).

Expresado en euros corrientes, el valor alcanzado por el sector porcino en el año 2021 ascendió a 8.868,2 millones de euros, 97 millones más que un año antes.

La producción de carne de porcino aumentó en cantidad un 3,4% (el año anterior había aumentado un 6,8%) y los precios bajaron un 2,2% (en 2020 lo habían hecho un 3,3%), dos hechos que propiciaron una subida del valor final generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria en un 1,1%.

Según los datos de la Encuesta de Sacrificio en Mataderos del MAPA, la producción de carne de porcino continuó creciendo en 2021. La producción nacional aumentó un 3,4% hasta los 5,18 millones de toneladas, un 3,4% más.

Según datos de la Comisión Europea, la producción total de carne de cerdo supera en valor los 36.000 millones de euros, lo que representa cerca del 25% de toda la Producción Ganadera final de la Unión Europea. En 2021, la producción de carne fue mayor: 23,4 millones de toneladas, un 1,7% más que un año antes.

### VACUNO DE CARNE

A efectos de calcular la renta agraria, el volumen de carne producida en España aumentó en 2021 un 2,4%, rompiendo así la tendencia decreciente de los años anteriores. Asimismo, los precios subieron un 1,4% (en 2020 había bajado un 2,8%), con lo que el valor generado por este subsector aumentó también un 3,8%, hasta llegar a 3.195,6 millones de euros, expresados en valores corrientes.

El sector de vacuno de carne español representaba en 2021 el 15,3% de la Producción Final Ganadera y el 5,7% de la Producción Final Agraria, porcentajes ambos muy inferiores a los del año pasado.

Por su lado, la producción de carne de vacuno en España aumentó en el segundo año de la pandemia y ascendió a 717.870 toneladas, un 5,9% más que en el año anterior.

En la Unión Europea, la producción de carne de vacuno en 2021 descendió hasta los 6,79 millones de toneladas.



## OVINO Y CAPRINO DE CARNE

El sector de la producción de carne de ovino y caprino ocupa el sexto lugar por su aportación económica al sector ganadero, leche y huevos incluidos. A efectos de calcular la renta agraria anual, el Ministerio de Agricultura estimó que la producción de carne de ovino y de caprino aumentó en 2021 un 4,6% en volumen, mientras que sus precios subieron un 11,2% (en el año anterior también subieron). Conforme a estos datos, el valor generado por este subsector se incrementó un 16,3% con respecto al año precedente.

El sector ovino-caprino representaba en 2021 el 2,4% de la Producción Final Agraria nacional y el 6,5% de la Producción Final Animal, porcentajes ambos por encima de los que representó en el año 2020 este subsector ganadero. El valor estimado de la producción de ovino-caprino, a efectos de calcular la renta agraria, ascendió a 1.359,4 millones de euros.

Asimismo, la producción de carne de ovino rondó las 120.380 toneladas, un volumen superior en un 4,6% respecto a la del año precedente. En cuanto a la producción de carne de caprino, al igual que en el año precedente, en 2021 se registró un ligero aumento y quedó en 10.127 toneladas (algo menos que un año antes).

Por su lado, la producción comunitaria de carne de ovino y caprino rondó las 588.000 toneladas, según estimaciones de la Comisión Europea. El grueso de la producción correspondió al ovino (533.000 toneladas), un volumen superior al del año precedente.

## CARNE DE AVES

El sector de la carne de aves representó en 2021 el 4,5% de la Producción Final de la rama agraria y el 12,2% de la Producción Final de la rama ganadera.

Al igual que sucedió un año antes, a efectos de calcular la renta agraria la cantidad de carne producida en 2021 disminuyó (4,2%), al tiempo que los precios subieron un 5,1%. Con estos datos, el valor generado por el sector avícola de carne en 2021 se incrementó un 0,7% y se situó en 2.554,1 millones de euros, según datos del MAPA.

La producción total de carne de aves (pollos, pavos, patos, etc.) se estimó en 1,63 millones de toneladas, un 4,6% menos que en 2020, según la Encuesta de Sacrificio Ganadero que elabora el MAPA. 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.

Por su lado, en la Unión Europea se produjeron un total de 13,74 millones de toneladas de carne de aves, un 2,7% menos que en el año anterior. De la producción total, un 82% correspondió a la carne de pollo; el 14% a la de pavo; el 3% a la de pato (el resto son otras carnes como ganso, etc.).

## CARNE DE CONEJO

A efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne de conejo se redujo en 2021 en cantidad un 7,8%, mientras los precios subieron un 4,6%. Estos datos proceden de la estimación del Ministerio de Agricultura.

Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2021 el 0,29% y con respecto a la Producción Animal, el 0,80% (en ambos casos, por debajo de las cifras del año 2020). El valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria se situó en 166.9 millones de euros (valores corrientes, a precios básicos).

La producción de carne estimada fue 47.520 toneladas (un 7% por debajo de los datos del año precedente). La región con mayor producción fue Castilla y León (25%), seguida muy de cerca por Cataluña, Galicia y Castilla-La Mancha.

El número de granjas al inicio del año 2021 rondaba las 3.798, de las cuales solo unas 2.000 tenían carácter plenamente productivo. Con relación al año precedente, aumentó el número de las granjas productivas, pero disminuyó el total, según datos del Ministerio de Agricultura.

En la UE, la producción comunitaria de carne de conejo en 2021 se acercó a las 146.000 toneladas, unas 3.000 menos que en el año anterior. Francia es la primera potencia en producción de carne de conejo dentro de la UE, seguido de España y de Italia.

## CARNE DE EQUINO

Según los datos del Ministerio de Agricultura, a efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne de equino en 2021 se redujo en cantidad un 11,9%, pero los precios medios subieron un 1,8%. No obstante, el valor generado por este subsector descendió un 10,3% con respecto a un año antes, hasta llegar a alcanzar un valor de 70 millones de euros (valores a precios básicos).

En 2021 se sacrificaron 33.073 animales (3.000 menos que en 2020) y la producción de carne se situó en cerca de 8.500 toneladas, un 1% menos que la producción del año precedente. La región con mayor producción de carne de equino fue Navarra, con cerca de 3.337 toneladas.

Por su lado, la carne de equino en la Unión Europea generó en 2021 en torno a los 860 millones de euros, a efectos de calcular la renta agraria. La producción de carne de conejo estimada para el conjunto de los países comunitarios rondó los 146.000 toneladas, un 2% menos que en el año anterior.

## HUEVOS

La producción nacional de huevos representó en 2021 el 4,9% de la Producción Final Ganadera y el 1,8% 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 el año 2021, el valor generado por este sector a efectos de calcular la renta agraria se cifró en 1.003,9 millones de euros expresados en valores corrientes, cifra inferior en un 3,2% a la del año anterior.

Asimismo, a efectos de calcular la renta agraria anual el MAPA estimó que la producción de huevos disminuyó en cantidad un 6,4% (el año anterior experimentó una de las mayores subidas de todas las producciones ganaderas), mientras que los precios subieron un 3,4%, similar a la del año previo.

Por su lado, la producción de huevos de gallina (comercialización y autoconsumo) superó los 1.153 millones de docenas, según los datos del Ministerio de Agricultura.

En la UE, la producción de huevos en 2021 se elevó hasta los 6,46 millones de toneladas, un 0,53% más que en el año anterior (sin incluir los datos de Reino Unido).

## LECHE

Según los datos del Ministerio de Agricultura, a efectos de calcular la renta agraria anual, en 2021 la producción de leche aumentó en volumen un 0,6% respecto al año anterior, encadenando así siete años seguidos de incrementos.

Por su lado, los precios subieron un 4,3% (también subieron en los cuatro años precedentes), con lo que el valor de estas producciones fue superior en un 5% al



generado un año antes, a efectos de calcular la renta agraria anual.

La producción de leche de vaca, oveja y cabra en el año 2021 supuso el 16,5% de la Producción Final Ganadera y el 6,1% de la Producción Final Agraria, porcentajes en ambos casos similares a los del año precedente.

El valor generado por este subsector ascendió a 3.434,2 millones de euros a precios básicos, 162 millones más que un año ante.

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

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

# Comercio exterior agroalimentario



**E**l valor de las exportaciones agroalimentarias registró en 2021 un crecimiento del 11%, al alcanzar 60.118 millones de euros. Este aumento estuvo en consonancia con el experimentado por el conjunto de las exportaciones de bienes de la economía española (20%).

Las ventas exteriores de productos agroalimentarios representaron en 2021 el 19% de todas las exportaciones españolas.

Del valor total de las exportaciones, un 80% correspondió a las exportaciones de productos agrarios; un 5,7% a los productos pesqueros y un 4% las ventas de productos no alimentarios.

Por su lado, el valor de las importaciones agroalimentarias en 2021 se incrementó también, hasta situarse en 41.169 millones de euros, según los datos publicados por el Ministerio de Agricultura.

Conforme a estos datos, el saldo comercial agroalimentario fue finalmente de 18.948,5 millones de euros, un 1,3% más que en el año 2020.

España se situó de nuevo entre los primeros países que lideran las exportaciones agroalimentarias en la Unión Europea, con una cuota de mercado que ronda el 11%.

## LOS LÍDERES EN EXPORTACIONES

Diez son los grandes subgrupos dentro de la exportación agroalimentaria nacional. Como todos los años, el subgrupo que alcanzó un mayor valor dentro fue el de las frutas y frutos secos, con 10.162 millones de euros y un crecimiento del 6% con respecto al año precedente (el crecimiento en 2020 fue menor). Dentro de este grupo destacaron las ventas de cítricos.

Por su lado, el sector de las carnes – que fue el grupo que más creció en 2020 por el empuje del porcino en el mercado de China- registró en 2021 un nuevo crecimiento del 4,5% en valor, al alcanzar los 8.819 millones de euros. En este grupo volvió a sobresalir el sector porcino, que aporta más 60% del valor total.

El tercer grupo por su importancia económica dentro de las exportaciones españolas fue el de las hortalizas,

aunque hay años que ha sido el primero por su valor. En 2021, las ventas al exterior de estas hortalizas totalizaron un valor de 7.461 millones de euros, con un crecimiento superior al del año anterior.

Por su lado, el cuarto grupo en importancia por su valor dentro de las exportaciones agroalimentarias fue el del aceite, que con 5.358,6 millones de euros aportó el 9% del total.

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 el 8,3% del total, con 4.964 millones de euros generados.

El sexto gran grupo dentro de las exportaciones agroalimentarias fue el del pescado, con un valor de 3.479,8 millones de euros (el 5,8% del valor total) y el séptimo, las preparaciones de carne y de pescado con un valor en 2021 de 1.921 millones de euros.

Las exportaciones de los lácteos (leche, quesos y postres) y los huevos (también está incluida la partida de la miel, que es muy pequeña), ocuparon la octava y novena posición en el ranking de las exportaciones agroalimentarias, aportando en 2021 cerca de 1.719 millones de euros a las exportaciones.

Ya por detrás de estos grupos quedaron los subproductos y piensos (1.474,7 millones de euros), las semillas oleaginosas (949,6 millones de euros) y los cereales (450,7 millones de euros).

El resto de los productos agroalimentarios exportados por España (azúcar, dulces, etc.) sumaron en total un valor que en 2021 representó conjuntamente el 22% de todas las ventas exteriores.

## 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 2021, las exportaciones de carne de cerdo (incluidos todos los productos del sector) vendida al exterior ascendió a algo más de 3,09 millones de toneladas. Asimismo, el valor de estas exportaciones (que incluyen carne, despojos, elaborados, tocino y manteca) alcanzaron los 7.635 millones de euros, por encima del año anterior. De ese total, a la carne le correspondieron casi 5.501 millones de euros.

## EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

PRODUCTO	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
	2020	2021	2020	2021
ACEITE DE OLIVA	2838,3	3276,5	1132,1	1061,87
AGUA	430,4	503,6	733,1	341
AGUACATES	387,3	390,63	138,4	139,9
AJOS	418	409,63	189,2	175,1
ALBARICOQUE	148,4	164	96	97
ALMENDRA (cáscara y grano)	618,1	647,83	122,8	122,5
ANIMALES VIVOS BOVINO	302,7	267,7	121,2	101,7
ANIMALES VIVOS PORCINO	157	219	119,2	101,2
ARROZ	195,74	160	305,9	234,2
ARTÍCULOS DE CONFITERÍA sin cacao	494,55	603,11	195	223,74
AZÚCAR DE CAÑA O REMOLACHA	48,3	43,3	67,5	79,12
CALABACINES	406,4	421,38	425,8	450,82
CARNE DE OVINO-CAPRINO	195,9	281,6	42,2	53
CARNE DE PORCINO TOTAL	5656,3	5501,4	2132,9	2213,7
CARNE DE VACUNO TOTAL	760,5	876,4	199,93	207,1
CARNE Y DESPOJOS DE AVES	327,44	413,4	210,7	242,2
CEBOLLAS	134,6	140,7	356,3	338,58
CERVEZA DE MALTA	241,8	267,4	315,5	321,4
CIRUELAS	106,8	141,17	356,3	338,58
COLES Y BRÓCOLIS	581	631,4	493,9	539,3
CONSERVAS DE ACEITUNAS	666,6	698,17	463	478,4
CONSERVAS DE PESCADO	930,8	879,3	183	167,8
FRESAS Y FRESONES	586,7	721,3	286,8	316,6
HUEVOS CON Y SIN CÁSCARA	233,4	244,4	165,5	168
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	144,22	156,4	64,7	70,25
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	255,2	263,77	218	208,13
LECHUGAS Y ACHICORIAS	699,1	827,4	766,3	811
LIMONES	901,2	803,9	733,9	734,2
MANDARINAS	1.419	1475,3	1.344,20	1326
MANZANAS	100,3	92,12	133,9	110,4
MELOCOTONES	397,5	442,11	325	344,3
MELONES	321	312,35	433,7	430,8
MOLUSCOS	722,88	1064,3	172,3	227
NARANJAS	1266,3	1219,4	1638,9	1565,8
NÉCTARINA	451,9	492	329,2	346,6
PATATA	101	112	284,8	334,6
PEPINOS Y PEPINILLOS	644	718,7	703	660,3
PERAS	90	105	107	122,4
PESCADO CONGELADO	682	737,5	415,6	402,8
PIMIENTA	202,3	226,38	77,6	84,7
PIMIENTOS	1158,8	1270,62	845,4	853,6
PLÁTANOS Y BANANAS	62,1	71,85	92,2	112,8
PRODUCTOS DE PANADERÍA	494,55	603,11	195	223,7
QUESOS Y REQUESÓN	507,65	561,53	107,2	113
SANDÍAS	444,5	469,22	839,6	996,6
TOMATES FRESCOS	934,8	975,99	728,8	662,5
TRIGO	158,93	114,4	527,25	298,78
UVAS FRESCAS	412,2	436,5	193	200,7
VERMUT Y SIMILARES	67,7	76,88	56,3	65,4
VINO Y MOSTO	2682,9	2943,23	2105,6	2396,3
YOGURES	89,13	105	80,4	82,3

FUENTE: DATACOMEX

Las exportaciones de cítricos superaron en valor los 3.570 millones de euros, una cifra inferior en un 2,2% a la del año precedente. En volumen, las exportaciones de estas frutas alcanzaron los 3,7 millones de toneladas.

En cuanto al aceite de oliva, las exportaciones del año natural (no de la campaña de comercialización) superaron los 1,06 millones de toneladas (un 6,2% menos), por un valor de 3.276,5 millones de euros, un 15% más que un año antes.

Asimismo, la exportación de vino aumentó un 10% hasta alcanzar un valor de casi 2.943 millones de euros, según los datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales. El volumen exportado fue superior en un 13,8% al del año precedente.

Finalmente, dentro de las hortalizas el pimiento en fresco lidera las exportaciones nacionales en volumen desde hace algunos años. En 2021 la exportación de esta hortaliza alcanzó un valor de 1.270,6 millones de euros, un 10% más que en el año precedente, con un volumen de 853.600 toneladas (1% más). Dentro 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 pescado, que en el año 2021 alcanzó un valor de 6.395,7 millones de euros, por lo que el saldo de la balanza comercial (diferencia entre exportaciones e importaciones) resultó negativo en 2.916 millones de euros.

La segunda posición la ocupó en 2021 el subsector de los aceites, cuyo valor de importación superó los 4.206 millones de euros, pero aún así el sector tuvo un saldo positivo en su balanza comercial de 1.151,7 millones de euros.

Por su lado, el tercer subgrupo por su valor económico fue el de las frutas, que alcanzaron un valor de 3.386,3 millones de euros, y el cuarto, el de los cereales (3.343 millones de euros).

En cuarta posición se situó el grupo de las semillas oleaginosas (6,8% del valor de las importaciones agroalimentarias totales), seguido de los subproductos y piensos (6,1%), los lácteos (4,9%), las bebidas (4,4%) y las carnes (3,2%). Asimismo, todos los demás productos agroalimentarios importados que no se incluyen en estos subgrupos representaron el 26% del valor de las importaciones en el año 2021.

Respecto a la balanza comercial, además del subgrupo del pescado también tuvieron saldo negativo el de los lácteos y huevos (285 millones de euros); el de los cereales (2.983 millones de euros), el de las oleaginosas (1.866 millones de euros) y el de los subproductos-piensos (1.035 millones de euros).

En el lado positivo de la balanza (mayor valor de las exportaciones que de las importaciones), se situaron –además de los aceites–, las carnes (7.503 millones), las frutas (6.776 millones de euros), las hortalizas (6.131 millones de euros), las bebidas (3.132 millones de euros) y los preparados de carne y pescado (632 millones de euros).

## COMERCIO EXTERIOR POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Cataluña fue la región que encabezó un año más (también lo hizo en 2020) el ranking de las exportaciones agroalimentarias españolas, por delante de Andalucía que hasta ese año solía ser la primera. En 2021 el valor de las exportaciones catalanas creció un 12,6% hasta los 12,88 millones de euros, el 21,8% del total nacional.

La segunda región exportadoras de productos agroalimentarios de España fue Andalucía, que en el año 2021 superó en valor los 12,5 millones de euros, el 21,1% del total nacional y un crecimiento del 10% con respecto al año precedente.

Por detrás de esta región se situaron la Comunidad Valenciana (13,2% del total y un crecimiento similar en porcentaje), la Región de Murcia (10,3%, con un crecimiento del 9,9%), Galicia (6% de total y un crecimiento del 12,8%), Castilla-La Mancha (5% y un aumento del 8,6% respecto al valor de 2020), Aragón (4,8% tras crecer un 6,7%), Castilla y León (4,6% y un crecimiento del 11,9%), Madrid (3,5%, con un crecimiento del 12,5%); País Vasco (2,5% del total y un crecimiento del 31,8%, el mayor de todas las regiones); Navarra (2,4% tras crecer un 6%), Extremadura (2% y un crecimiento del 9,6% respecto a 2020); La Rioja (1,3% y un 9,5% de aumento), Cantabria (0,6% y la única que tuvo un crecimiento negativo del 1,3%); Asturias (0,4%, con un aumento del 18%); Canarias (0,4% y un aumento del 4,1%) e Islas Baleares (0,2%, con un aumento del 28,6% respecto al valor alcanzado en 2020).

## DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES

El principal socio comercial de España es la Unión Europea (UE), 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 2021, el valor de las exportaciones agroalimentarias a los países de la UE representaron el 63% del total, mientras que las que se dirigieron a países terceros sumaron el 37%

Así, el valor de las ventas agroalimentarias a la UE se elevó a 37.915 millones de euros, con un crecimiento del 11,4% con relación al valor de las exportaciones del año 2020.

Por países, los seis principales destinos de las exportaciones agroalimentarias españolas fueron en 2021 Francia (con un valor de 9.267 millones de euros, un 8,9% más que en 2020), Alemania (con 7.014 millones de euros, un 10% más) e Italia (con 5.802 millones de euros, un 16,2% más). Estos tres países fueron también los que ocuparon los primeros puestos en el ranking de exportaciones en el año precedente.

Igualmente, además de estos tres países 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 22.203 millones de euros, un 10,2% más que en 2020.

Los tres principales destinos de las exportaciones agroalimentarias de España fueron Reino Unido, China y Estados Unidos. En concreto, en el segundo año fuera de la UE, el Reino Unido importó desde España alimentos y bebidas por un valor superior a los 4.345 millones de euros (un 2,2% más que en el año anterior).

Por su parte, 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 3.574 millones de euros, un 6% menos que un año antes en el que las exportaciones crecieron mucho gracias al porcino (que supuso más del 85% de las ventas a ese país)

Finalmente, las ventas a Estados Unidos alcanzaron un valor de 2.495 millones de euros (un 19,7% más).

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

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS				
PRODUCTO	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
	2020	2021	2020	2021
ACEITE DE GIRASOL	458,61	681	607,8	584,6
ACEITE DE OLIVA	478,2	473,16	250,6	188,2
ALMENDRA (cáscara y grano)	508,6	434	112,1	125,5
ANIMALES VIVOS VACUNO	235	240,8	82,24	86
ARROZ	122,32	153,84	218,12	234,2
ARTÍCULOS DE CONFITERÍA sin cacao	110,9	130,6	33,1	40,8
AZÚCAR DE CAÑA O REMOLACHA	481,4	539	1103	1168,6
PIMIENTA	130,87	146,1	74,6	78,6
CAFÉ	256,14	304,6	345	340
CARNE DE AVES	286,7	308	137,1	137,26
CARNE DE PORCINO	187,7	209	99,4	123,2
CARNE DE VACUNO	497,6	602,9	103,9	105,9
CEBADA	72,4	131,3	383,21	545,3
CERVEZA DE MALTA	295	322,6	515,2	540,9
CHOCOLATE	539,83	612,87	140,8	156,7
CRUSTÁCEOS	1065,5	1370	172	202
GARBANZOS	39,8	28,7	53	36
HABAS DE SOJA	1149,6	1719,8	3407	3671,6
JUDÍAS SECAS	64,5	56,9	57,5	51,5
JUDÍAS VERDES	142,2	135,4	131,4	118
KIWIS	233,8	263,2	138	159,3
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	87,96	94,55	137,3	132,5
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	195,7	195,8	100,8	82
LENTEJAS	36	26	58,9	39,2
MAÍZ	1438	1859,6	8069,8	8357
MANZANAS	151,8	156,9	179,6	184,6
MERLUZA	121,4	133,9	30,1	30,5
MOLUSCOS	1490,86	1961,2	361,4	405
PATATA FRESCA	275	235,2	914,3	878,1
PIÑA	107,1	115,9	151,4	170,4
PLÁTANOS Y BANANAS	178,3	200,64	324,2	369,7
QUESOS Y REQUESÓN	1030,3	1129,14	288,17	312
RON	96,2	129,6	29,2	38,3
SALMONES DEL ATLÁNTICO	286,2	360,7	49,8	59,3
SEMILLAS DE GIRASOL	227	255,5	402,8	369,9
TOMATES FRESCOS	152	156,4	165,3	178,1
TRIGO	831	1000,6	4151,8	3975,8
VINO	171,12	240,43	100,8	71,2
WHISKY	214,6	260,6	44,2	54,4
YOGURES	144,5	153,65	114,3	115

Fuente: DATACOMEX

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 se ha producido un incremento de las importaciones desde países terceros.

## COMERCIO AGROALIMENTARIO DE LA UE

En consonancia con lo sucedido un año antes y a pesar de la pandemia provocada por la covid, el 2021 fue también un buen año para el comercio agroalimentario de la Unión Europea.

Según los datos de la Comisión Europea, las exportaciones agroalimentarias en 2021 alcanzaron un valor de 198.000 millones de euros, lo que supuso un aumento del 7,3% con relación al año anterior. Por su lado, las importaciones sumaron en valor un total de 130.100 millones de euros, un 7% más que en 2020.

Con estos datos, la balanza comercial agroalimentaria tuvo un saldo positivo de 67.900 millones de euros, un 8% más que un año antes, según los datos de la Comisión Europea.

El dato positivo de la balanza comercial fue consecuencia de la buena evolución de las ventas de productos como el vino, las bebidas espirituosas y licores y el chocolate y los productos de confitería, que son productos con un alto valor añadido. Sin embargo, productos más directamente relacionados con el sector primario como son la carne de cerdo, los productos lácteos o el trigo se vieron afectados por una reducción en los valores de exportación en 2021.

## COMERCIO AGROALIMENTARIO DE LA UE

Los productos agroalimentarios de la Unión Europea en 2021 se enviaron principalmente a Reino Unido, Estados Unidos y China. Estos tres países representaron el 42% de todas las exportaciones agroalimentarias comunitarias. Las exportaciones a los Estados Unidos crecieron más de 3.000 millones de euros o un 14%, impulsadas por las ventas de vino (un 29% más) y las bebidas espirituosas (un 19% más), que representan un tercio de todas las exportaciones agroalimentarias de la UE a ese país. Por su lado, si bien las exportaciones al Reino Unido cayeron considerablemente a principios del año 2021, volvieron a niveles normales a partir de marzo y se mantuvieron estables al acabar el año.

Por su lado, las exportaciones a China cayeron un 3%, principalmente debido a una disminución de las ventas de carne de cerdo (un 31% menos) y de alimentos infantiles (un 18% menos). En sentido contrario, hubo buenos resultados en las exportaciones a Corea del Sur, Suiza y Noruega.

Con respecto a las importaciones, en 2021 Brasil se convirtió en el principal proveedor de productos agroalimentarios de la UE, con valores que crecieron un 19% hasta alcanzar los 13.500 millones de euros. En este crecimiento excepcional tuvo mucho que ver el aumento de las compras de soja y café. Además de aumentar las compras en Brasil, la UE también importó más desde países como Ucrania o Indonesia.

En sentido contrario, las importaciones desde el Reino Unido experimentaron una importante caída (25% con respecto al valor alcanzado en 2020) y lo mismo sucedió con las compras a Estados Unidos (un 4% menos).

## VINO, CEREALES Y DULCES

Las tres principales categorías de productos dentro de las exportaciones agroalimentarias de la UE son el vino, los cereales y sus derivados y los productos de confitería-chocolate. Estos tres grandes grupos representan en valor el 18% de las ventas totales de la UE. En 2021, las exportaciones de vino aumentaron un 23%, alcanzando un valor de 17.162 millones de euros. También aumentaron las ventas de productos a base de cereales y las de chocolate y confitería.

Por su lado, si bien sigue siendo el cuarto producto de mayor valor, las exportaciones de carne de cerdo cayeron ese año un 9% en valor, la mayor caída de todos los subsectores agroalimentarios en exportación.

La caída de las ventas de carne de cerdo estuvo muy relacionada con la recuperación de la producción de China, que es el mayor importador de este producto. También se redujeron en valor las ventas de cerdo al Reino Unido (un 17% respecto a las del año 2020).

Con respecto a las importaciones, los mayores aumentos en el valor se observaron en la soja (un 30%) y las tortas oleaginosas (un 24%). Estos dos productos representaron el 11% de todas las importaciones agroalimentarias de la UE. La causa de este fuerte aumento fue la subida de los precios de las materias primas. Además de soja, la UE también importó grandes cantidades de frutas. ■

# Industria alimentaria



**D**urante 2021, todos los sectores económicos toman como objetivo principal la recuperación de los niveles de actividad previos a la pandemia y, en este sentido, se han desarrollado las actuaciones del sector de la industria española de alimentación y bebidas. Ante el desafío motivado por los efectos de la COVID-19 en los meses anteriores, la industria alimentaria se caracterizó por garantizar el abastecimiento de productos con certidumbre y calidad hasta el punto de ser considerada como un sector esencial.

En el último ejercicio, la actividad intermitente del sector horeca y la notable reducción del sector turístico por la pandemia, han mantenido la incidencia negativa en el sector de la alimentación y bebidas, aunque compensado por el repunte del consumo en los hogares y el comercio exterior. Como resultado, y a pesar de las dificultades de este escenario, la industria alimentaria ha aumentado la producción en un 5,3%. El valor añadido bruto también ha experimentado un buen comportamiento con un avance del 11,2% y se ha incrementado el peso de la industria alimentaria sobre el total de la economía en cerca de un 2,5%, tal y como recoge la información que aporta la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB).

En 2021, la producción de la industria de alimentación y bebidas alcanzó un valor de 151.030 millones de euros, con un avance significativo del 10,8% frente al ejercicio anterior (al descontar el efecto de los precios en energía y materias primas el aumento se recorta hasta 5,3%). Teniendo en cuenta que los resultados son positivos, todavía no resultan ser suficientes elevados para recuperar los niveles previos a la pandemia. Respecto al valor añadido bruto, la industria de alimentación y bebida avanza un 11,2%, ligeramente inferior al conjunto de la industria (12,0%) pero por encima de las manufacturas (10,3%). Con estas cifras, la actividad de esta rama industrial supone cerca del 2,5% valor añadido bruto nacional y representa el 14,4% del conjunto de la industria española y el 19,5% 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 (12,2%), aceites y grasas (9,1%) y transformación de frutas y hortalizas (7,8%) y leche y productos lácteos (7,5%). Estos cinco sectores suponen cerca de dos terceras partes de la producción total (su aportación conjunta asciende al 60,5%).



En 2021, la industria de alimentación y bebidas ha reducido su dimensión constatando un ligero descenso del -1,0% en el número de empresas, 313 menos que en el periodo anterior. A pesar de la reducción de empresas existe un tejido empresarial consolidado que cuenta con un total de 30.260 empresas. Aunque las empresas de menos de 10 asalariados siguen siendo mayoritarias en el sector (concretamente, 24.061 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. Desde la perspectiva sectorial, todas las empresas experimentan un comportamiento negativo excepto en el caso de los subsectores de aceites y otros productos.

Durante los últimos años han sido intensos los esfuerzos realizados por la industria alimentaria para mejorar sus ratios de productividad pero, sin embargo, en el último ejercicio esta labor se vio truncada por el descenso de los puestos de trabajo y la readaptación de las plantillas a los requerimientos de la actividad. En el año 2021, la industria alimentaria ha ampliado el valor de su productividad superando los 68.527 euros, con 37,2 euros por hora trabajada, más de 6 euros adicionales a la media de la economía y tan sólo 1,5 euros por debajo de los resultados alcanzados en el conjunto de las manufacturas.

El análisis sectorial indica que la industria cárnica emplea a 105.794 personas, lo que supone un 23,6% del total del empleo en el sector y, junto a panadería y pastas alimenticias (98.916, 22,1%), representan el 45,7%. El siguiente en importancia es la fabricación de bebidas con 60.964 empleos, un 13,6%. A continuación, la preparación y conservación de frutas y

hortalizas con 34.970 empleos (7,8% de participación); además, los productos lácteos también recogen 27.599 empleados, un 6,2% del total del sector de la alimentación.

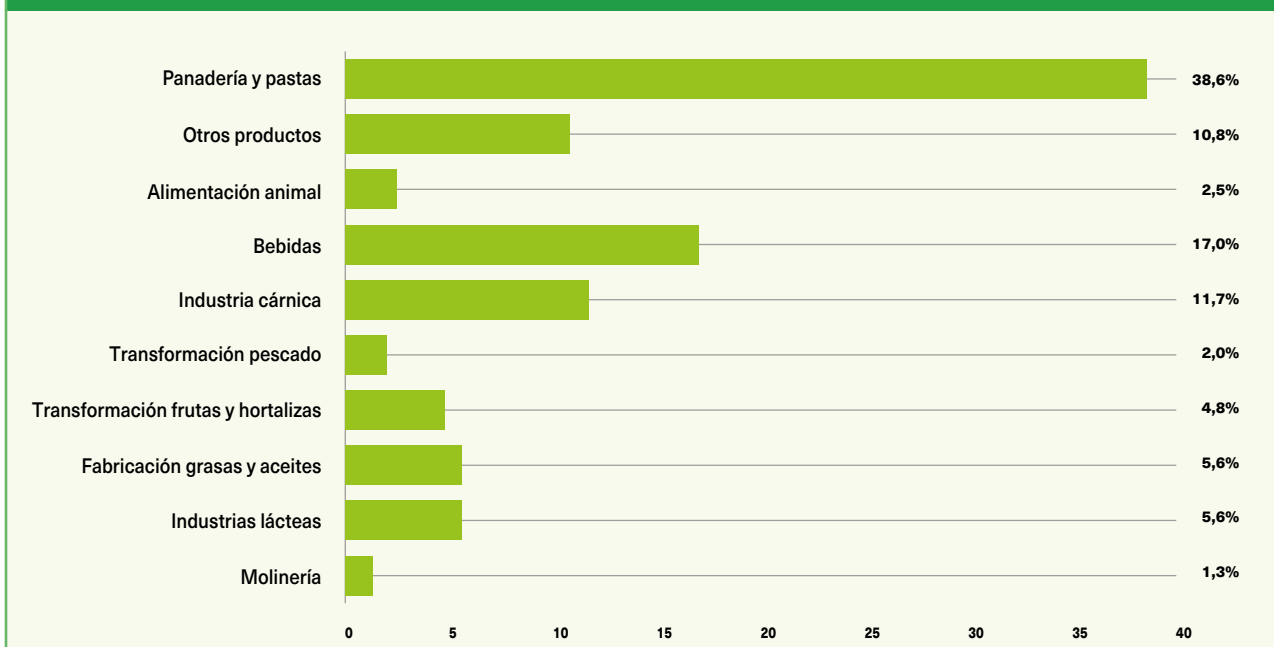
En este escenario, la internacionalización destaca como puntal de crecimiento de la industria de alimentación y bebidas. En 2021, de nuevo, el sector repite su actuación en el mercado internacional, con un registro de 38.202 millones de euros en exportaciones. La industria española aumenta un 6,7% el volumen de ventas al exterior, que supone un aumento del 12,2% en términos de valor. La internacionalización es una oportunidad para mejorar la competitividad de las empresas y llegan a registrarse 19.342 empresas exportadoras. Por mercados, se destinan a la Unión Europea un 55% del total de las exportaciones (primer socio comercial), encabezadas por Francia (14,1% sobre el total) y seguido de Italia (10,9%) y Portugal (10,1%). Fuera de la Unión Europea, el primer socio extracomunitario es China, alcanzando un porcentaje del 9,0% sobre el total, seguido de Estados Unidos con casi un 6,0%. 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 24.888 millones de euros). Sin embargo, la balanza comercial sigue arrojando un saldo positivo de 13.314 millones de euros, dentro de una tendencia creciente que se viene manifestando desde 2008.

Los esfuerzos en I+D+i de la industria alimentaria siguen siendo significativos durante los últimos años a pesar de las dificultades por la caída de actividad económica motivada por la pandemia. Este sector vuelve a posicionarse como una rama de actividad destacada con dos implicaciones claras: las empresas de me-

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	3.554	610	1.452	1.689	1.695	389	11.676	3.279	764	5.152
VALOR DE LA ACTIVIDAD (MILLONES EUROS)	29.245	6.123	9.543	11.081	9.185	3.697	8.220	13.778	14.889	16.679
INDICE DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL (2015=100)	103,7	102,7	100,3	96,5	101,0	105,5	97,7	112,3	113,9	103,6
OCUPADOS	105.794	22.035	34.970	19.588	27.599	6.087	98.916	54.707	16.757	60.964
HORAS MEDIAS TRABAJADAS POR OCUPADO	1.749	1.720	1.714	1.651	1.660	1.683	1.466	1.457	1.690	1.517
GASTOS DE PERSONAL	3.047	642	934	626	941	230	2.218	1.874	638	2.358
SALARIO MEDIO POR OCUPADO	28.800	29.126	26.696	31.945	34.094	37.792	22.427	34.264	38.081	38.675

FUENTE: Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB, 2022).

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



FUENTE: Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB, 2022).

nor tamaño del sector han dotado más fondos para I+D que el conjunto de la industria 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. Concretamente, de las 11.188 empresas que han realizado actividades de I+D+i, un 41,6% se ubican en el sector industrial y, de estas, el 16,3% son empresas ligadas concretamente al sector de la alimentación, bebidas y tabaco.

### INDUSTRIA AGROALIMENTARIA EN LA UE

A nivel comunitario, la industria alimentaria española ocupa el cuarto puesto en valor de cifra de negocio con un 10,9%, por detrás de Francia (19,5%), Alemania (16,9%) e Italia (13,3%).

La industria alimentaria es la principal actividad de la industria manufacturera de la Unión Europea (UE). A pesar de los negativos efectos de la pandemia, en 2021 generó un valor superior a los 1.093.000 millones de euros de cifra de negocios, lo que representó el 14,2% de todo el valor generado por la industria manufacturera.

El número de empresas agroalimentarias en la UE se aproximaba en 2021 a 289.000. El 95,4% de esas empresas son de tamaño pequeño y mediano (PYMES), con menos de 50 empleados. Asimismo, un 79,8% del total tienen menos de 10 trabajadores. ■



# 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 dos últimos años, caracterizados por los efectos de la pandemia de la COVID-19, 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 105.310 vinculados al comercio especializado de alimentación y bebidas.

Atendiendo al conjunto de la población, se calcula que en España hay 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 Castilla y León (2,6 locales/1.000 habitantes).

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

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

Nº EMPRESAS	94.346
Nº LOCALES	105.310
CIFRA DE NEGOCIOS (Miles euros)	21.318.276
VALOR DE LA PRODUCCIÓN (Miles euros)	5.673.911
INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES (Miles euros)	166.524
PERSONAL OCUPADO (Media anual)	226.619
PERSONAL REMUNERADO (Media anual)	138.649

Fuente: Elaboración propia con datos de INE (2022).

ficie de venta. En 2021, se contabilizaron 24.078 establecimientos de libreservicio (506 hipermercados y 23.572 supermercados); la superficie comercial de estos establecimientos asciende a 14.441.255 m<sup>2</sup>.

Por comunidades autónomas, destaca la concentración de la superficie de establecimientos de libreservicio en Andalucía (19,6%), Cataluña (18,1%), Comunidad de Madrid (9,2%) y Comunidad Valenciana (9,0%). Atendiendo a la población, la mayor dotación se localiza en Asturias (385,7 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), Galicia (355,3 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), Cantabria (354,1 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), y Comunidad Valenciana (348,0 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes) mientras que la menor está en la Comunidad de Madrid (243,7 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), País Vasco (288,1 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), Murcia (292,4 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), y Aragón (295,2 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes). ■

## ESTABLECIMIENTOS EN RÉGIMEN DE LIBRESERVICIO

	Número	Superficie total		Superficie de alimentación (*)	
		m <sup>2</sup>	%	m <sup>2</sup>	%
HIPERMERCADOS	506	1.847.557	12,8	923.779	8,4
Hipermercado pequeño	203	415.896	2,9	207.948	1,9
Hipermercado grande	303	1.431.661	9,9	715.831	6,5
SUPERMERCADOS	23.572	12.593.698	87,2	10.074.958	91,6
Hasta 399 m <sup>2</sup>	13.236	2.414.887	16,7	1.931.910	17,6
De 400 m <sup>2</sup> a 999 m <sup>2</sup>	5.727	3.649.084	25,3	2.919.267	26,5
Mas de 1.000 m <sup>2</sup>	4.609	6.529.727	45,2	5.223.782	47,5
TOTAL	24.078	14.441.255	100,0	10.998.737	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 (2022).

## Evolución de las ventas minoristas

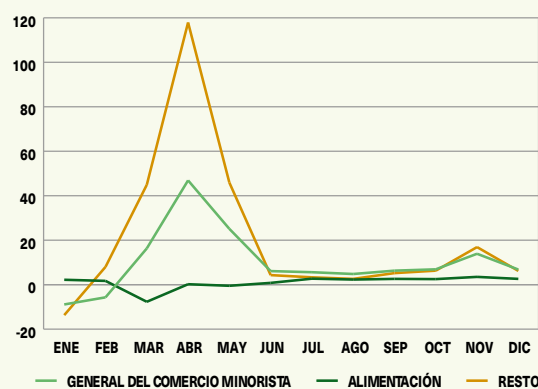
El comercio al por menor, considerando la serie corregida de efectos estacionales y de calendario, registró en el conjunto del año 2021 un incremento interanual en sus ventas del 6,8%. Con notable incertidumbre y actividades intermitentes, comienzan a superarse los efectos negativos de la pandemia de la COVID-19 en las actividades de distribución. De forma más precisa, los productos de alimentación aumentaron un 2,6%, un 16,1% los productos de equipamiento personal y un 6,9% otros bienes. No obstante, se registra un descenso del -3,1% en productos de equipamiento del hogar -habría que recordar que en el año anterior, de forma también excepcional, se había producido un incremento del 12,9% en estas ventas-.

La desagregación del *Índice General del Sector Minorista*, 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 7,3% en su volumen de ventas mientras que las grandes cadenas aumentan un 4,2% en esa misma variable).

Por otra parte, en el conjunto del año 2021 y teniendo en cuenta la información de las series originales, todas



**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 (2022).

las comunidades autónomas aumentan sus ventas respecto al año anterior. Las que presentan los mayores ascensos, por encima de la media nacional, son Andalucía (8,2%), Aragón (7,9%), Baleares (7,0%), Cantabria (9,5%), Castilla-La Mancha (7,2%), Comunidad de Madrid (7,4%) y La Rioja (7,5%).

El análisis de la evolución de las ventas del comercio minorista, comparando los valores alcanzados en cada uno de los meses del año 2021 con los valores obtenidos en ese mismo mes durante el año anterior, refleja una tendencia de notable inestabilidad por la incertidumbre y las desescaladas en la evolución de la pandemia, especialmente en los meses del primer semestre. El *Índice de Alimentación* ha evolucionado con tasas positivas en casi todos los meses pero con variaciones más estables que el resto de partidas. En cuanto al *Índice de General* también se observa una evolución errática en el primer semestre motivada por la incertidumbre en la recuperación de los efectos negativos de la COVID-19. ■

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

	Variación índice de ventas 21/20	Variación índice ocupación 21/20
Empresas unilocalizadas	4,3	1,7
Pequeñas cadenas	7,3	2,0
Grandes cadenas	4,2	3,2
Grandes superficies	3,5	6,1
Índice General	6,8	2,6

Fuente: INE (2022).

## 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,...).

Los efectos de la pandemia de la COVID-19 han sido especialmente relevantes sobre el conjunto de las actividades de la restauración que tuvieron que cesar sus negocios o desarrollarlos con notables limitaciones durante los dos últimos ejercicios aunque en el año 2021 se atisban señales de una progresiva recuperación.

Según el *Informe UVE Market 2022*, después de un año marcado por el avance de las vacunaciones y la progresiva reducción de las restricciones en la hostelería, se produce un cambio de tendencia y comienzan a registrarse nuevas aperturas en el sector horeca, aumentando el número total de establecimientos abiertos en un 1,5% con respecto al año anterior, lejos aún de las cifras prepandemia. Esta recuperación se localiza, sobre todo, en los segmentos de ocio y alojamiento donde se contabilizan incrementos en el número de locales del 8,5% y del 14,3% respectivamente. El dinamismo de la actividad también es diferente dentro del territorio, siendo Islas Baleares y Canarias las comunidades autónomas que más han aumentado la reapertura de locales aprovechando el progresivo incremento en el turismo.

Por otra parte, conforme a la información ofrecida por la consultora NPD Group, la restauración organizada cerró 2021 con unas ventas de 7.576 millones de euros en España, apenas un 1% por debajo del negocio previo a la pandemia. En este sentido, se elevó la cuota de mercado de estas actividades



## DATOS BÁSICOS SOBRE EL SECTOR DE RESTAURACIÓN, 2021

	EMPRESAS		LOCALES	
	Nº	%	Nº	%
Restaurantes y puestos de comidas	69.811	28,5	80.365	29,3
Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas	14.811	6,0	18.999	6,9
Establecimientos de bebidas	160.580	65,5	175.029	63,8
Total servicios de comidas y bebidas	245.103	100,0	274.393	100,0

Fuente: Elaboración propia con datos del Directorio Central de Empresas (INE, 2022).

hasta el 31,4% del total de la restauración comercial, casi 7 puntos más que en 2019. Desde la perspectiva de la demanda, NPD Group presenta un nuevo consumidor postpandemia caracterizado por ser optimista, más marquista, menos fiel, con nuevas rutinas y nuevos horarios, omnicanal, más digital y con mayor interés por la nutrición y la sostenibilidad.

En el mismo sentido de los datos anteriores, un informe elaborado por Alimarket evalúa la actividad realizada por 250 compañías y grupos de restauración organizada señalando que el sector recuperó en el segundo semestre de 2021 el volumen de actividad que había alcanzado en 2019, lo que le permitió facturar cerca de 8.400 millones de euros, cifra equivalente al 85% del negocio total registrado en el año previo a la pandemia.

Por otra parte, el Observatorio Sectorial DBK cuantifica el valor del mercado de comida rápida en 3.845 millones de euros para el año 2021, lo que supone un crecimiento del 24,4% respecto a 2020, año en el que había retrocedido un -25%. La reactivación económica, la progresiva eliminación de las restricciones al consumo en los locales y la expansión de la oferta favorecieron el comportamiento de las ventas. En este sentido, la oferta de establecimientos retomó en 2021 la tendencia creciente registrada en los años previos a la pandemia, cerrando el ejercicio con un total de 5.590 locales, es decir, unos 240 más que un año antes

Según DBK, las ventas en mostrador, muy mermadas en 2020 por el cierre temporal de establecimientos y la limitación de aforos, lograron un fuerte aumento en 2021 dentro del segmento de la comida rápida (crecimiento del 27,7%), hasta los 2.765 millones. Por su parte, las ventas de las actividades de delivery alcanzaron los 1.080 millones de euros (el 28% del total), tras aumentar un 16,8% en el ejercicio 2021.

Todos los tipos de establecimientos registraron una evolución positiva en 2021, destacando las hamburgueserías (crecimiento del 29,5%), que llegaron a



alcanzar un negocio de 2.175 millones de euros. A continuación, se situó el segmento de pizzerías (aumento del 9,4%) con un valor de las ventas de 700 millones de euros. Las bocadillerías, que reflejaron el peor comportamiento en 2020, lograron aumentar sus ingresos en un 21,5% en el último ejercicio, hasta situarse en 480 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

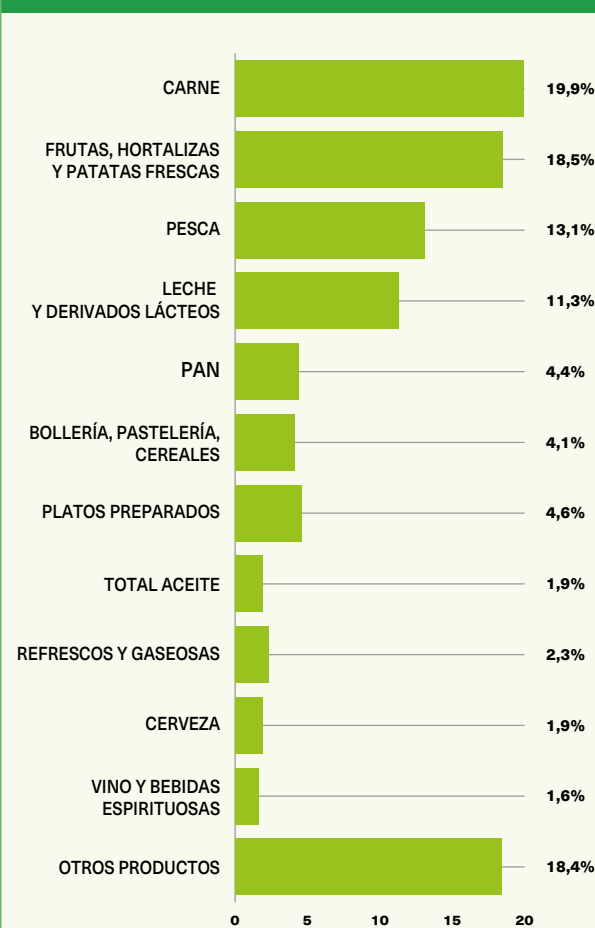


La información aportada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación determina que el gasto total en alimentación y bebidas ascendió a 102.552,1 millones de euros en 2021. La participación de los hogares en este gasto se cifra en 74.543,6 millones de euros –un 72,7%– mientras que los establecimientos de hostelería y restauración alcanzaron un gasto de 28.008,5 millones de euros –un 27,3%–. El volumen de gasto y el reparto del mismo empieza a recuperar la tendencia de años anteriores tras las notables diferencias del ejercicio anterior motivadas por los efectos de la COVID-19.

Durante el año 2021 se produjo un ligero ascenso del gasto alimentario con respecto al año anterior (0,5%), motivado por la recuperación del consumo extradoméstico (23,2%) puesto que en la alimentación del hogar existe un efecto negativo (-6,1%) después de la fuerte subida del ejercicio anterior.

En la demanda de alimentación de los hogares españoles siguen primando los productos frescos; así pues, la carne supone un 19,9% sobre el gasto total; las patatas, frutas y hortalizas frescas un 18,5%; los pescados un 13,1%; 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 (11,3% sobre el gasto total), los productos de bollería y pastelería (4,1%), el aceite de oliva (1,6%) o los platos preparados (4,6%). ■

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2021



Fuente: MAPA (2022).

## DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN, 2021

<b>GASTO TOTAL ALIMENTACIÓN</b> 102.552,1 millones de euros Δ 2021-20: 0,5%	<b>GASTO ALIMENTACIÓN EN EL HOGAR</b> 74.543,6 millones de euros Δ 2021-20: -6,1%	<b>COMERCIO ESPECIALIZADO</b> 12.378,9 millones de euros (16,6%) Δ 2021-20: -10,6%
		<b>SUPERMERCADOS</b> 44.447,8 millones de euros (59,6%) Δ 2021-20: -6,0%
		<b>HIPERMERCADOS</b> 10.050,6 millones de euros (13,5%) Δ 2021-20: -3,6%
		<b>ECONOMATOS Y COOPERATIVAS</b> 221,6 millones de euros (0,3%) Δ 2021-20: -5,1%
		<b>MERCADILLOS</b> 644,5 millones de euros (0,9%) Δ 2021-20: 19,3%
		<b>VENTA A DOMICILIO</b> 592,5 millones de euros (0,8%) Δ 2021-20: 4,1%
		<b>AUTOCONSUMO</b> 1.256,7 millones de euros (1,7%) Δ 2021-20: -11,5%
		<b>VENTA INTERNET</b> 1.756,1 millones de euros (2,4%) Δ 2021-20: 0,8%
		<b>OTROS CANALES DE VENTA</b> 3.194,9 millones de euros (4,3%) Δ 2021-20: -2,5%
		<b>HIPERMECADOS, SUPERMERCADOS, G ALMACENES</b> 2.856,9 millones de euros (10,2%) Δ 2021-20: -8,9%
	<b>RESTAURANTES</b> 8.038,4 millones de euros (28,7%) Δ 2021-20: 35,5%	
	<b>BARES Y CAFETERÍAS</b> 11.987,6 millones de euros (42,8%) Δ 2021-20: 32,8%	
	<b>PANADERÍAS Y PASTELERÍAS</b> 420,1 millones de euros (1,5 %) Δ 2021-20: -2,7%	
	<b>TIENDAS CONVENIENCIA Y ESTACIONES SERVICIO</b> 1.400,4 millones de euros (5,0%) Δ 2021-20: 50,2%	
<b>GASTO ALIMENTACIÓN EXTRADOMÉSTICO</b> 28.008,5 millones de euros Δ 2021-20: 23,2%	<b>HOTELES</b> 196,1 millones de euros (0,7%) Δ 2021-20: 72,4%	
	<b>MÁQUINAS DISPENSADORAS</b> 504,2 millones de euros (1,8%) Δ 2021-20: 0,8%	
	<b>SERVICIOS EN LA EMPRESA</b> 476,1 millones de euros (1,7%) Δ 2021-20: 23,2%	
	<b>OTROS CANALES DE VENTA</b> 2.128,6 millones de euros (7,6%) Δ 2021-20: -6,4%	

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2022).



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

	CONSUMO	GASTO
PRINCIPALES INCREMENTOS 2021-2020	Vino ecológico (307,3%)	Carne transformada ecológica (338,3%)
	Carne transformada ecológica (279,7%)	Legumbres ecológicas (179,7%)
	Chirimoya (249,2%)	Leche cruda (132,3%)
	Aceite ecológico (231,9%)	Frutos secos ecológicos (127,5%)
	Yogur sin lactosa (160,1%)	Yogur sin lactosa (124,2%)
	Pan sin gluten (149,9%)	Vino ecológico (108,3%)
	Frutos secos ecológicos (133,7%)	Aceite ecológico (93,9%)
	Legumbres ecológicas (100,1%)	Chirimoya (91,7%)
	Leche cruda (81%)	Algas (83,2%)
	Carne avestruz (55,0%)	Carne avestruz (73,5%)
PRINCIPALES DISMINUCIONES 2021-2020	Especias y condimentos (-90,8%)	Lenguado fresco (-64,1%)
	Lenguado fresco (-69,2%)	Hortalizas frescas ecológicas (-59,9%)
	Zumo enriquecido con calcio (-60,8%)	Patatas frescas ecológicas (-58,8%)
	Hortalizas frescas ecológicas (-60,3%)	Huevos ecológicos (-47,3%)
	Patatas frescas ecológicas (-57,5%)	Zumo enriquecido con calcio (-46,0%)
	Huevos ecológicos (-50,2%)	Frutas frescas ecológicas (-45,0%)
	Frutas frescas ecológicas (-48,2%)	Leche en bolsa (-38,6%)
	Hortalizas IV Gama (-46,9%)	Cabrito (-38,4%)
	Cabrito (-44,5%)	Pan fresco sin sal (-34,4%)
	Harinas y sémolas (-34,7%)	Hortalizas IV Gama (-30,4%)

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2022).

# MÁS

## CONTIGO



Así somos nosotros.  
Puro ADN Agro.



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.

## CONSUMO Y GASTO ALIMENTARIO (HOGARES), 2021

	CONSUMO			GASTO		
	Millones de kilos o litros	Kilos o litros per cápita	% sobre total	Millones de euros	Euros per cápita	% sobre total
HUEVOS (Kilos)	404,5	8,7	1,4	986,1	21,3	1,3
CARNE	2.071,0	44,7	7,0	14.842,5	320,6	19,9
CARNE FRESCA	1.480,5	32,0	5,0	9.471,9	204,6	12,7
CARNE CONGELADA	54,9	1,2	0,2	262,5	5,7	0,4
CARNE TRANSFORMADA	535,6	11,6	1,8	5.108,1	110,3	6,9
PESCA	1.051,5	22,7	3,6	9.779,8	211,3	13,1
PESCADOS	550,6	11,9	1,9	4.779,7	103,3	6,4
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS	291,9	6,3	1,0	2.788,7	60,2	3,7
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	209,1	4,5	0,7	2.211,4	47,8	3,0
LECHE LIQUIDA	3.260,4	70,4	11,0	2.266,0	49,0	3,0
OTRAS LECHES	28,9	0,6	0,1	190,9	4,1	0,3
DERIVADOS LÁCTEOS	1.629,3	35,2	5,5	5.964,5	128,8	8,0
PAN	1.391,8	30,1	4,7	3.289,5	71,1	4,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	638,5	13,8	2,2	3.035,7	65,6	4,1
CHOCOLATES Y CACAOS	167,9	3,6	0,6	1.299,4	28,1	1,7
ARROZ	185,9	4,0	0,6	326,5	7,1	0,4
PASTAS	195,1	4,2	0,7	403,1	8,7	0,5
AZÚCAR	145,1	3,1	0,5	140,8	3,0	0,2
LEGUMBRES	162,9	3,5	0,6	310,9	6,7	0,4
ACEITE	532,6	11,5	1,8	1.437,4	31,1	1,9
ACEITE DE OLIVA	357,5	7,7	1,2	1.183,3	25,6	1,6
ACEITE DE GIRASOL	155,4	3,4	0,5	212,1	4,6	0,3
MARGARINA	25,5	0,6	0,1	84,6	1,8	0,1
ACEITUNAS	124,2	2,7	0,4	373,6	8,1	0,5
VINOS Y DERIVADOS	387,3	8,4	1,3	1.189,4	25,7	1,6
ESPUMOSOS	27,3	0,6	0,1	143,0	3,1	0,2
CERVEZAS	1.011,4	21,8	3,4	1.404,2	30,3	1,9
SIDRA	19,8	0,4	0,1	52,3	1,1	0,1
WHISKY	7,6	0,2	0,0	101,0	2,2	0,1
GINEBRA	5,9	0,1	0,0	84,3	1,8	0,1
RON	4,4	0,1	0,0	56,2	1,2	0,1
ZUMO Y NÉCTAR	349,1	7,5	1,2	382,8	8,3	0,5
PATATAS	1.352,8	29,2	4,6	1.312,7	28,4	1,8
HORTALIZAS FRESCAS	2.682,0	57,9	9,1	5.200,7	112,3	7,0
FRUTAS FRESCAS	4.249,5	91,8	14,4	7.253,9	156,7	9,7
FRUTOS SECOS	164,5	3,6	0,6	1.263,5	27,3	1,7
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	601,1	13,0	2,0	1.349,5	29,2	1,8
PLATOS PREPARADOS	776,4	16,8	2,6	3.453,3	74,6	4,6
CAFÉS E INFUSIONES	89,8	1,9	0,3	1.416,8	30,6	1,9
SALSAS	134,2	2,9	0,5	521,1	11,3	0,7
AGUA DE BEBIDA ENVASADA	3.041,9	65,7	10,3	627,3	13,6	0,8
REFRESCOS Y GASEOSAS	1.814,3	39,2	6,1	1.706,2	36,9	2,3
TOTAL ALIMENTACIÓN	29.586,6	639,1	100,0	74.543,6	1.610,3	100,0

Fuente: MAPA (2022).

## Gasto y consumo per cápita en hogares

**D**urante el año 2021, el gasto por persona en alimentos y bebidas para consumo en el hogar se cifra en 1.610,3 euros. En consecuencia, la media de gasto mensual en productos alimentarios se situó en 134,2 euros, notablemente inferior al del ejercicio anterior que estuvo caracterizado por los efectos de la COVID-19.

La carne es el producto más demandado y cada español gastó el año pasado 320,6 euros en los 44,7 kilos per cápita consumidos. El gasto por individuo en productos del mar asciende a 211,3 euros y supone un consumo de 22,7 kilos por persona.

Las frutas y hortalizas, tanto frescas como transformadas, tienen un protagonismo notable en la demanda del consumidor español. Durante 2021, en términos medios, cada individuo consumió 91,8 kilos de frutas frescas, 87,1 kilos de hortalizas y patatas frescas y 13,0 kilos de frutas y hortalizas transformadas; en cifras de gasto per cápita, el consumo referido supuso 156,7 euros, 140,7 euros y 29,2 euros, respectivamente.

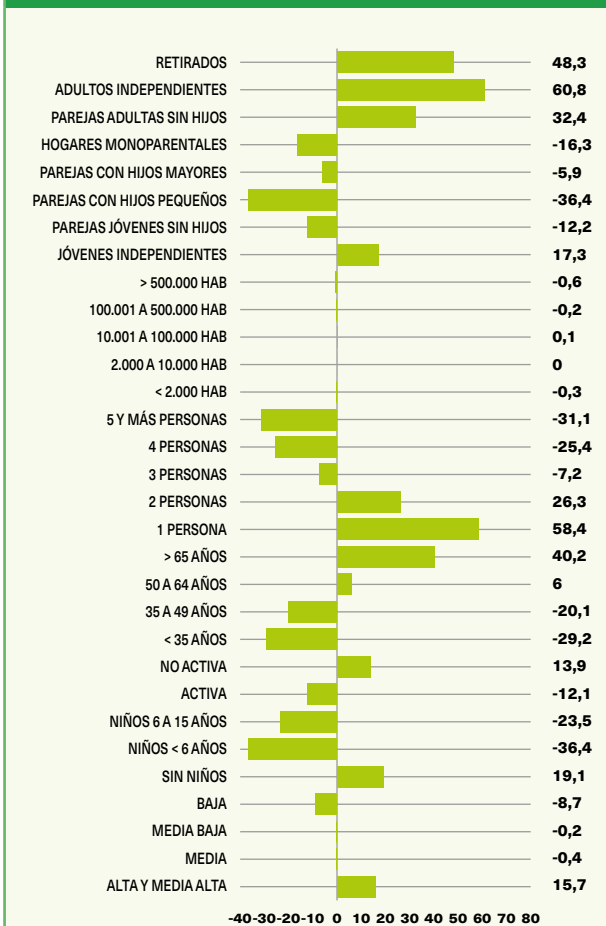
El gasto y el consumo en leche líquida y derivados lácteos también resulta notable en los hogares españoles. Por persona, se cuantifica un consumo de 71,0 litros de leche y un gasto de 53,1 euros mientras que los productos lácteos alcanzan, también en cifras per cápita, un gasto de 128,8 euros y un consumo de 35,2 kilos.

En términos medios, durante 2021 cada español consumió 30,1 kilos de pan, 14,2 kilos de bollería y pastelería y 16,8 kilos de platos preparados que, en términos de gasto per cápita, supusieron 71,1 euros, 65,6 euros y 74,6 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 2021 cada español consumió 7,7 litros de aceite de oliva y gastó 25,6 euros en este producto; el consumo per cápita de vino ascendió a 8,4 litros y supuso un gasto de 25,7 euros por persona; finalmente, el gasto en huevos llegó a 21,3 euros y se corresponde con los 139,5 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

**CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTACIÓN EN HOGARES (% DESVIACIÓN CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL), 2021**



Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2022).

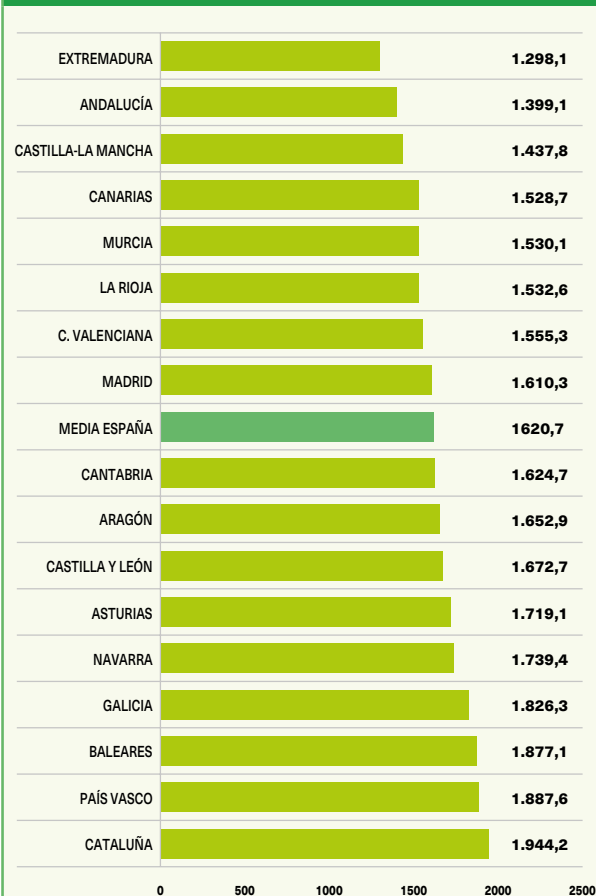
de residencia, el número de personas que componen el hogar, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la situación en el mercado laboral del encargado de realizar las compras o la edad del mismo son variables que intervienen significativamente en la decisión de compra de alimentos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

El gasto en alimentos y bebidas también fue dispar por comunidades autónomas durante el año 2021. Así pues, la media de 1.610,3 euros per cápita a nivel nacional se ve claramente excedida en País Vasco (1.944,2), Navarra (1.887,6), Cataluña (1.877,1), Baleares (1.826,3), y Asturias (1.739,4) mientras que sucede lo contrario en Extremadura (1.298,1), Andalucía (1.399,1), Castilla-La Mancha (1.437,8), La Rioja (1.528,7) y Comunidad Valenciana (1.530,1).

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

- En carne, el mayor consumo se localiza en Castilla y León (52,2 kilos) y el menor en Extremadura (38,0 kilos).
- Para el pescado, en País Vasco se consumen 28,8 kilos mientras que en Canarias se llega a 16,0 kilos.
- Las principales diferencias en el consumo de aceite de oliva se encuentran entre Galicia (10,7 litros) y Castilla-La Mancha (5,2 litros).
- Navarra es la comunidad que más hortalizas frescas consume (76,4 kilos) mientras que La Rioja tiene los registros más reducidos (42,9 kilos).
- En frutas frescas, el mayor consumo corresponde a Navarra (119,1 kilos) mientras que el menor está en Andalucía (76,9 kilos).
- Extremadura es la comunidad que menos vino y derivados consume (6,7 litros) mientras que Baleares alcanza los valores más elevados (15,4 litros). ■

**GASTO PER CÁPITA EN ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (EUROS) (HOGARES), 2021**



Fuente: MAPA (2022).

**CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (HOGARES), 2021**

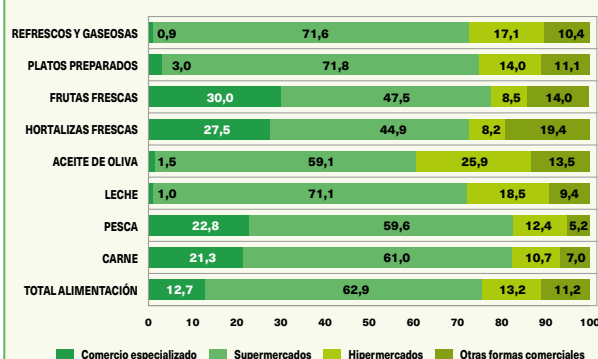
	CARNE (kilos)	PESCA (kilos)	ACEITE DE OLIVA (litros)	HORTALIZAS FRESCAS (kilos)	FRUTAS FRESCAS (kilos)	VINO Y DERIVADOS (litros)
CATALUÑA	47,0	23,8	8,6	70,8	100,8	13,0
ARAGÓN	50,5	24,3	7,5	76,3	100,7	9,4
BALEARES	47,1	20,4	10,2	67,0	94,8	15,4
C. VALENCIANA	45,2	20,8	5,4	58,6	83,0	9,2
REGIÓN DE MURCIA	43,9	21,5	5,7	66,9	107,6	9,0
ANDALUCÍA	40,0	21,3	7,2	50,2	77,4	9,5
COMUNIDAD DE MADRID	43,2	21,7	7,2	54,1	91,1	9,2
CASTILLA-LA MANCHA	48,4	22,3	5,2	48,7	84,7	7,9
EXTREMADURA	38,0	18,7	6,0	51,4	76,9	6,7
CASTILLA Y LEÓN	52,2	27,0	8,8	55,1	104,3	8,8
GALICIA	44,5	26,5	10,7	54,6	102,1	10,7
ASTURIAS	44,2	28,7	9,4	45,5	103,2	13,5
CANTABRIA	40,7	24,1	10,2	48,3	85,7	13,0
PAÍS VASCO	50,4	28,8	10,2	67,7	109,2	9,7
LA RIOJA	46,6	23,6	9,3	42,9	83,5	8,9
NAVARRA	51,4	25,6	10,5	76,4	119,1	10,2
CANARIAS	42,3	16,7	7,9	53,5	87,9	8,5
MEDIA ESPAÑA	44,7	22,7	7,7	57,9	91,8	10,1

Fuente: MAPA (2022).

# Comercialización de alimentos y bebidas

Los hogares españoles utilizan distintos formatos para adquirir los alimentos y bebidas. En el año 2021, la progresiva recuperación de los efectos de la pandemia supone también una reconfiguración en la elección del lugar de compra. En este sentido, destaca la importancia relativa de los supermercados (62,9% 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 13,2% y se estima que el comercio electrónico representa un 2,4% en el total de la alimentación.

CUOTAS DE MERCADO EN LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, 2021



Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2022).

## 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 2021, se realizan 23,4 ingestas semanales por persona en el hogar, lo que supone una reducción de 1,4 ingestas con respecto al año anterior. La principal razón de esta disminución es que en 2020 el consumo doméstico tuvo una mayor significatividad, debido a las consecuencias de la COVID-19. No obstante, las ocasiones de consumo en el hogar siguen siendo superiores a las realizadas en 2019.

El consumo en los hogares españoles se incrementa un 4,0% con respecto al año 2019. Este aumento se debe a la evolución positiva en los principales momentos de consumo del día (comidas y cenas) que impulsan este crecimiento. El desayuno representa el 27,3% de las ocasiones de consumo y su evolución es favorable con respecto al año 2019, aunque se reduce en referencia al año 2020.

La nueva realidad de consumo en España deja datos interesantes en referencia a la diversificación de las dietas alimenticias. Por ejemplo, la frecuencia de consumo semanal de proteína cárnica dentro del hogar es de 6,7 veces (casi 1 vez al día). El 56,2% de los individuos residentes en España son omnívoros y realizan esa ingesta de carne promedio. Por su parte, el 41,0% de los consumidores realizan una ingesta menor de carne, es decir, la consumen menos de 6 veces a la semana.

En el año 2021, también se recuperan las rutinas de desayuno. En este caso, el 28,8% de las ocasiones de consumo se realizan antes de las 8 de la mañana, consecuencia del modelo híbrido que genera el teletrabajo. Esto implica un cambio, dado que durante el año 2020 este porcentaje era menor y casi 1 de cada 2 desayunos se realizaba después de las 9 de la mañana. Aunque el 76,0% de los desayunos siguen siendo dulce, los alimentos salados consiguen ganar importancia en este momento de consumo y ya alcanza a 1 de cada 4 desayunos. Esta tendencia es creciente y va consolidándose a lo largo del tiempo (por ejemplo, con aceite, tomate y fiambres, e incluso huevos). Además, el 55% de los desayunos salados se realiza por adultos mayores de 50 años (la proporción de jóvenes de hasta 24 años alcanza sólo el 15% de los desayunos salados).

Las comidas principales del día (comidas y cenas) aportan 7 de cada 10 nuevas ocasiones de consumo realizadas por los hogares españoles. Además, la vuelta a la normalidad condiciona el tiempo para la elaboración de estos platos, es decir, se reduce el tiempo de cocinado (especialmente en comidas entre semana y en cenas tanto entre semana como de fin de semana).

A la hora de cocinar, los modos de elaboración de los alimentos no experimentan notables variaciones con la progresiva vuelta a la normalidad. Solamente el horno parece que gana importancia como modo de preparación en el hogar. Por su parte, modos de cocinado con frito o hervido pierden peso dentro de los hogares.

Los platos asociados al placer evolucionan de una mejor forma y experimentan un mayor incremento (por ejemplo, pizzas, paninis, platos étnicos, o platos de masa y harina). También crecen otros platos de verduras, ensaladas, o legumbres. Atendiendo al listado de los platos más consumidos por los hogares españoles durante el año 2021, la ensalada verde es el plato más significativo con un 9,2% del total de las ocasiones aunque pierde peso por el auge de la elaboración de ensaladas más creativas.

Durante la pandemia, el menú organizado con primero, segundo y postre, aumentó su significatividad en los hogares españoles. Sin embargo, en el año 2021 la progresiva vuelta a la normalidad supone recurrir a un menú simplificado, donde el plato único vuelve a ganar protagonismo (60,8% de las ocasiones).

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2022).

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 21,3% en la comercialización de carne, del 22,8% en pescado o del 30,0% en las frutas frescas). Para la alimentación seca, los establecimientos de libreservicio se han convertido claramente en la opción preferida por los hogares (los supermercados concentran, por ejemplo, el 71,1% de las ventas de leche o el 59,1% de las ventas de aceite de oliva). De forma concreta, el comercio especializado distribuye el 29,3% de la alimentación fresca y el 2,5% de la alimentación seca mientras que los supermercados llegan al 36,1% de la alimentación fresca y el 54,7% de la alimentación seca (adicionalmente las cuotas de los establecimientos de descuento son 12,2% y 17,4%, respectivamente). ■



mercasa

# Alimentando ciudades



El nuevo centro de aprovechamiento alimentario del gran mercado, el Foodbak, convertirá los excedentes alimentarios en recursos, impactando positivamente a nivel social y medioambiental.

# Mercabarna crea el primer centro logístico de aprovechamiento alimentario



Mayorista que accede al Foodbak a entregar alimentos

Mercabarna ha puesto en marcha el Foodbak, una infraestructura pionera que pretende multiplicar por 2,5 el aprovechamiento alimentario de frutas y hortalizas no comercializables, pero que son aptas para el consumo humano.

Está gestionado por Mercabarna junto a actores de la Economía Social como la Fundación Banco de Alimentos de Barcelona y Formació i Treball Empresa d'Inserció SLU, y cuenta con la colaboración de Assocome (Asociación de Empresas de Mercabarna), Càritas Diocesana de Barcelona, Cruz Roja de Cataluña, el programa Alimenta impulsado por el Ayuntamiento de Barcelona, el departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya y la Fundación "la Caixa".

El gran mercado pretende conseguir en 5 años pasar de las 1.000-1.500 toneladas de productos recuperados actualmente a las 3.000-4.000 toneladas. Todo ello siempre que se mantenga el excedente alimentario actual, ya que Mercabarna y las empresas juntas a las empresas mayoristas trabajan para reducirlo.

El Foodbak es posible gracias a la colaboración e implicación de 10

entidades y de las 600 empresas ubicadas en el recinto alimentario.

Se trata de un proyecto pionero de bio economía circular que tiene como objetivo incrementar el aprovechamiento alimentario en Mercabarna y combatir el cambio climático. Este nuevo centro de aprovechamiento alimentario tiene un gran impacto social y colaborativo y promueve, además, la inserción laboral.

El Foodbak es el equipamiento clave en el nuevo sistema de gestión de materia orgánica de Mercabarna, donde se hace la selección de frutas y hortalizas excedentarias aportadas por las empresas mayoristas del gran mercado para darles una segunda vida. Después de este cribado, el producto aprovechable para el consumo humano se distribuye a entidades sociales de

toda Cataluña para que llegue a las personas que más lo necesiten.

Por un lado, Formació i Treball es la responsable de implementar la inserción sociolaboral de personas en situación de vulnerabilidad que hacen la selección de las frutas y hortalizas aportadas por los empresarios de Mercabarna, separando las que son aptas para el consumo humano y las que irán para materia orgánica.

Por otro lado, la Fundación Banco de Alimentos de Barcelona es quien actúa de coordinador general de la instalación y también quien organiza la distribución de los alimentos seleccionados entre las entidades sociales.

El Foodbak ocupa un almacén de nueva construcción de 900 m<sup>2</sup> situado al lado del Punto Verde de

## Impulso a un trabajo que viene de años

Este centro de aprovechamiento alimentario responde a uno de los objetivos estratégicos del gran mercado, la lucha contra el desperdicio alimentario. Mercabarna trabaja para el aprovechamiento alimentario desde hace 20 años, desde que en 2002 cedió un almacén al Banco de Alimentos de

Barcelona dentro del recinto, para que los mayoristas pudiesen entregar los alimentos excedentarios. En los últimos años, después de un proceso de selección, en este almacén, ya se recuperaban unas 1.500 toneladas que se repartían entre personas vulnerables, a través de entidades sociales.

Diez entidades y  
**600**  
empresas colaboran  
en el Foodbak que  
aportará alimentos a  
personas vulnerables

El objetivo de  
recuperación de  
alimentos  
es de  
**4.000**  
toneladas en 2026

Mercabarna, lo que facilita la gestión de los residuos a los empresarios mayoristas del Mercado.

Los factores fundamentales que harán multiplicar por 2,5 el aprovechamiento alimentario son los siguientes:

- La recepción centralizada de productos destinados tanto al Foodbak como al Punto Verde, porque permite que personal de Mercabarna formado para esta tarea decida qué alimentos pueden ser aprovechables para el consumo humano y, por lo tanto, tienen que ir al Foodbak, y cuáles van directamente al Punto Verde para ser revalorizados como compostaje.

- La profesionalización del personal del Foodbak permite poder asumir la recepción de los quilogramos anuales de alimentos previstos y distribuir, en 5 años, unas 3.000-4.000 toneladas en estado óptimo, después del proceso de selección efectuado.

- Además del Banco de Alimentos, la participación de Càritas, Cruz Roja y el programa Alimenta impulsado por el Ayuntamiento de Barcelona permiten hacer llegar los alimentos aprovechados a muchas más personas vulnerables.

# Consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar

## Consumo y gasto en aceite de aliño

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de aceite de aliño fue de 1,4 millones de litros, que suponen 0,04 litros de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en aceite de aliño ascienden a 140,0 millones –de forma concreta, 10,8 por persona-. Durante el último año,

un 37,9% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado aceite de aliño en alguna consumición fuera del hogar. El consumo extradoméstico del año 2021 se ha recuperado ligeramente con respecto al ejercicio anterior caracterizado por los efectos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

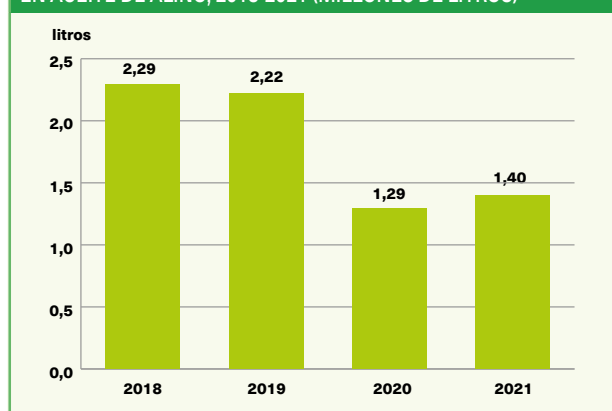
### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ACEITE DE ALIÑO, 2021

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Litros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL ACEITE ALIÑO	1,40	0,04	140,03	10,76	37,87

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 8,5% en el consumo extradoméstico de aceite de aliño aunque todavía se presenta un escenario caracterizado por los efectos de la COVID-19 en el sector de la restauración.

#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ACEITE DE ALIÑO, 2018-2021 (MILLONES DE LITROS)





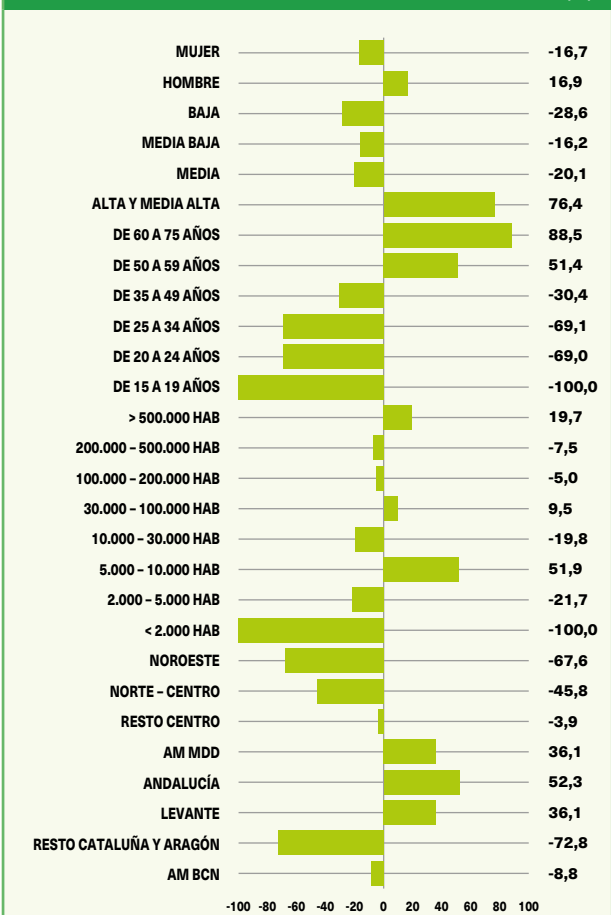


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de aceite de aliño durante el año 2021 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.
- 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 5.000 y 10.000 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 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 = 0,04 litros por persona

## Consumo y gasto en agua envasada

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de agua envasada fue de 548,3 millones de litros, que suponen 16,0 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 519,2 millones de euros que suponen 15,1 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de agua envasada llegan a 552,2 millones –de forma concreta, 23,2 por persona-. Duran-

te el último año, un 69,2% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado agua envasada en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo extradoméstico del año 2021 se ha mantenido estable con respecto al ejercicio anterior que estuvo caracterizado por los efectos negativos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

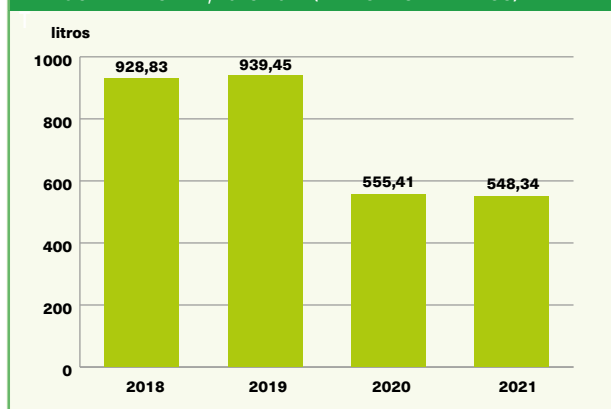
### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN AGUA ENVASADA, 2021

	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	548,34	15,96	519,21	15,11	552,19	23,22	69,19

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un ligero descenso del -1,3% en el consumo extradoméstico de agua envasada.

#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN AGUA ENVASADA, 2018-2021 (MILLONES DE LITROS)



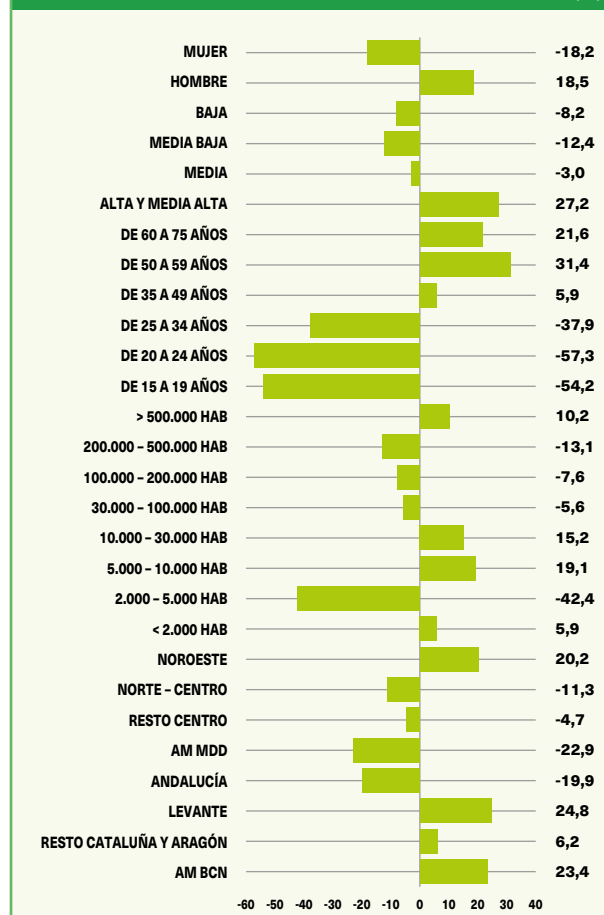


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de agua envasada durante el año 2021 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 media 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 50 a 59 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 con 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 la zona Noroeste, Levante, área metropolitana de Barcelona y Resto de Cataluña y Aragón, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Resto Centro, Andalucía y área metropolitana de Madrid. ■

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



\* Media nacional = 15,96 litros por persona

## Consumo y gasto en arroz

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de arroz fue de 10,6 millones de kilos, que suponen 0,3 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en arroz ascienden a 130,4 millones –de forma concreta, 9,2 por persona-. Durante el último año, un 41,4% de

consumidores entre 15 y 75 años han tomado arroz en alguna consumición fuera del hogar. El consumo extradoméstico del año 2021 se va recuperando de la situación negativa del ejercicio anterior motivada por los efectos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

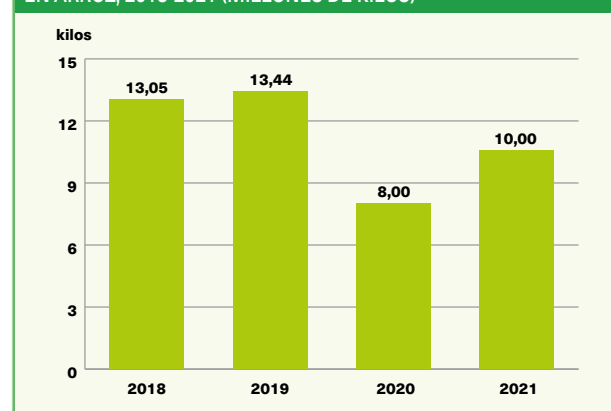
### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ARROZ, 2021

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
ARROZ	10,58	0,31	130,43	9,17	41,37

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 32,3% en el consumo extradoméstico de arroz motivado principalmente por la progresiva recuperación de los efectos de la COVID-19 en el sector de la restauración.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ARROZ, 2018-2021 (MILLONES DE KILOS)



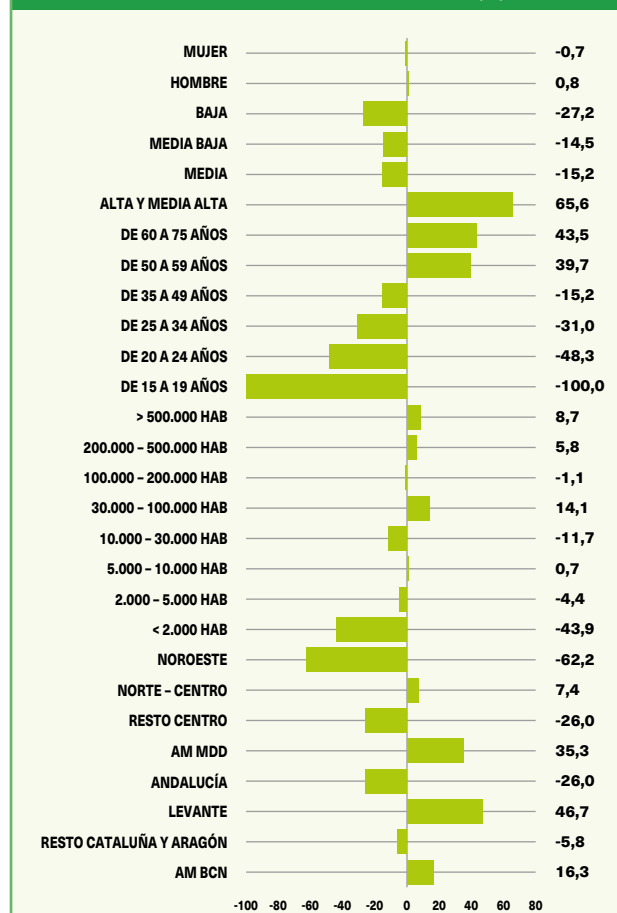


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de arroz durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo ligeramente superior en este producto en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de arroz fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de arroz aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 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 Norte-centro, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en Resto de Cataluña y Aragón, las zonas Noroeste, Resto Centro y Andalucía. ■

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



\* Media nacional = 0,31 kilos por persona

## Consumo y gasto en bebidas espirituosas

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de bebidas espirituosas fue de 49,8 millones de litros, que suponen 1,4 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 988,4 millones de euros que suponen 28,8 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de bebidas espirituosas llegan a 272,6 millones –de forma concreta, 18,8 por persona-. Durante el último año, un 42,1% 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 12,5% del consumo total, un 29,3% del valor total y un 22,0% sobre el total de consumiciones realizadas en esta familia de bebidas.

El consumo extradoméstico del año 2021 se ha recuperado en parte con respecto al ejercicio anterior que estuvo caracterizado por los efectos negativos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

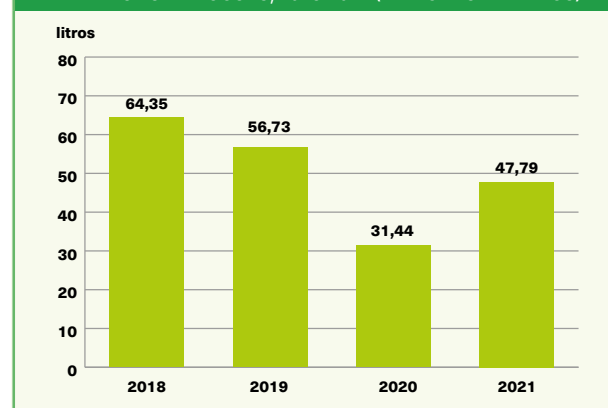
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2021							
	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BEBIDAS ESPIRITUOSAS	47,79	1,39	988,43	28,76	272,60	18,82	42,14
WHISKY	3,79	0,11	153,41	4,46	41,72	17,00	7,14
BRANDY	0,57	0,02	11,96	0,35	6,32	9,98	1,84
GINEBRA	5,96	0,17	289,48	8,42	59,89	9,89	17,62
RON	4,24	0,12	147,96	4,31	31,68	9,97	9,25
ANIS	1,90	0,06	18,24	0,53	9,30	19,95	1,36
OTRAS ESPIRITUOSAS	31,33	0,91	367,39	10,69	123,67	10,88	33,08

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 52,0% en el consumo extradoméstico de bebidas espirituosas motivado principalmente por la recuperación de los efectos negativos de la COVID-19 en el sector de la restauración.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2018-2021 (MILLONES DE LITROS)



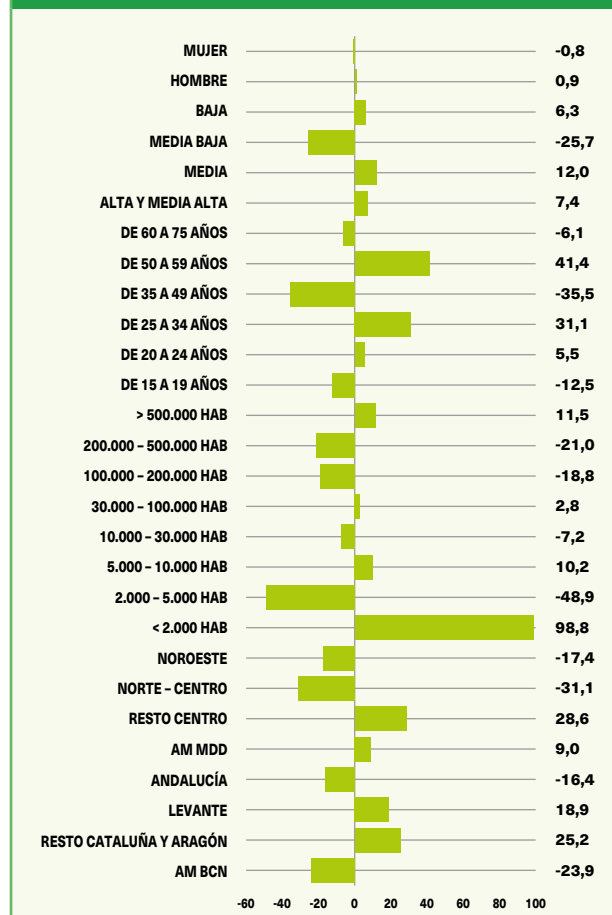


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de bebidas espirituosas durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo indican un consumo mínimamente superior de bebidas espirituosas en hombres.
- 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 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 35 a 49 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de bebidas espirituosas no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica alternándose las desviaciones conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios pequeños (menores de 2.000 habitantes) mientras que la más reducida se asocia con municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en bebidas espirituosas en Resto de Cataluña y Aragón, Resto Centro, área metropolitana de Madrid y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en el área metropolitana de Barcelona, Andalucía, Norte-centro y Noroeste. ■

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



\* Media nacional = 1,39 litros por persona

## Consumo y gasto en bollería

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de bollería fue de 55,2 millones de kilos, que suponen 1,6 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en bollería ascienden a 129,2 millones –de forma concreta, 31,1 por persona-. Durante el último año, un 57,5% de con-

sumidores entre 15 y 75 años han tomado bollería en alguna consumición fuera del hogar. El consumo extradoméstico del año 2021 ha sido bastante similar al ejercicio anterior aun teniendo en cuenta la progresiva recuperación de los efectos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

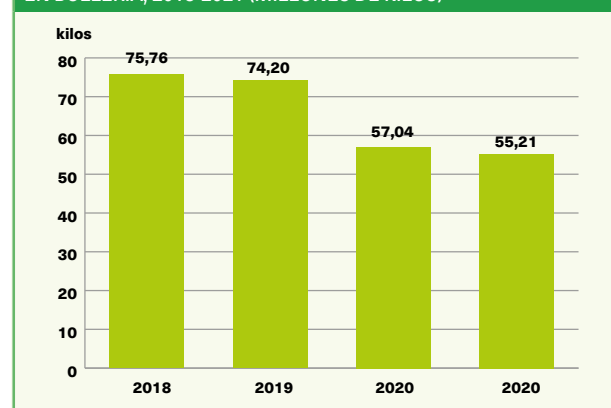
### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BOLLERÍA, 2021

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BOLLERÍA	55,21	1,61	129,24	31,06	57,46
Bollería dulce	53,45	1,56	46,61	30,92	55,88
Bollería salada	1,76	0,05	43,77	4,77	11,93

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un descenso del -3,2% en el consumo extradoméstico de bollería, un nivel más bajo al del año anterior que estuvo caracterizado por los efectos de la COVID-19 en el sector de la restauración.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BOLLERÍA, 2018-2021 (MILLONES DE KILOS)





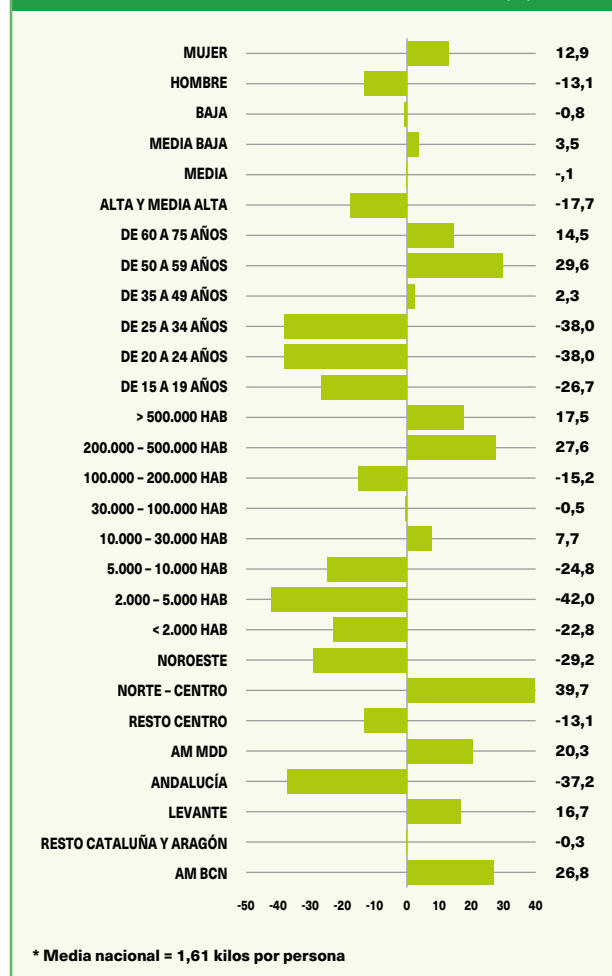


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de bollería durante el año 2020 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de estos productos en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase media tienen un consumo superior de bollería fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase alta y media alta.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de bollería aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de bollería no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van alternando a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 200.000 y 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a pequeños municipios de 5.000 a 10.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, Resto centro, Levante y Norte-centro, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en Andalucía y Resto de Cataluña y Aragón. ■

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



## Consumo y gasto en café

**D**urante el año 2021, el consumo extracomunitario de café fue de 64,5 millones de litros, que suponen 1,88 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.167,0 millones de euros que suponen casi 34,0 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de café llegan a 1.076,7 millones –de forma concreta, 51,0 por persona-. Durante el úl-

timo año, un 61,5% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado café en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo extracomunitario del año 2021 se ha recuperado ligeramente con respecto al ejercicio anterior caracterizado por los efectos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

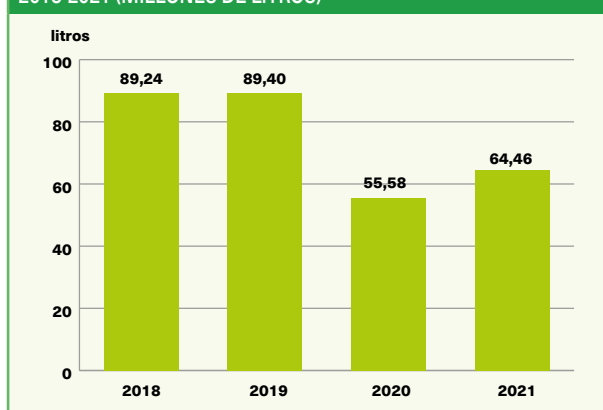
### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CAFÉ, 2021

	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	64,46	1,88	1.166,97	33,96	1.076,69	50,98	61,45

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 16,0% en el consumo extracomunitario de café motivado principalmente por la recuperación de los efectos negativos de la COVID-19 en el sector de la restauración.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CAFÉ, 2018-2021 (MILLONES DE LITROS)



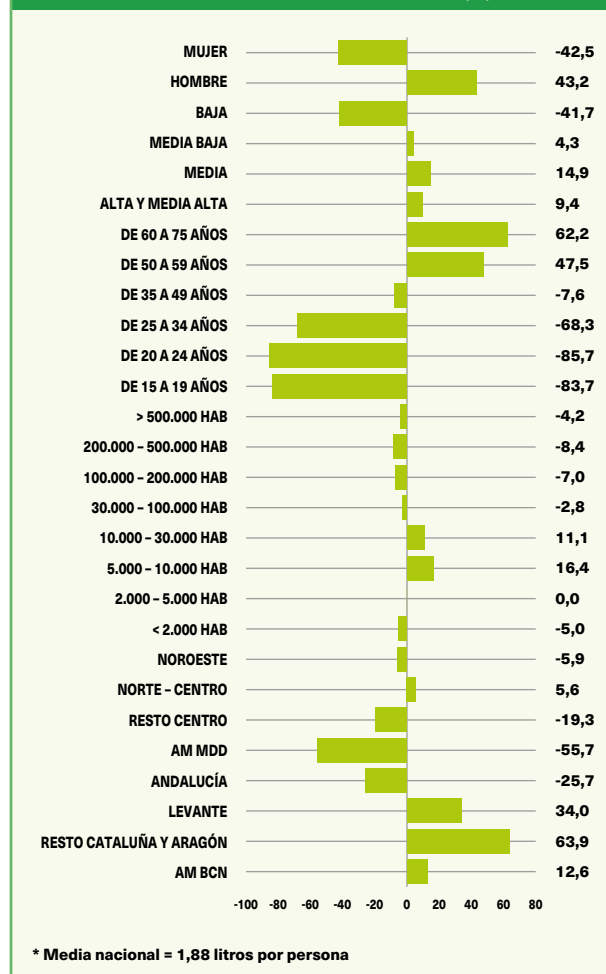


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de café durante el año 2021 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 media 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 20 a 24 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 5.000 a 10.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 200.000 a 500.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en, Norte Centro, Levante, Resto de Cataluña y Aragón y área metropolitana de Barcelona, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Resto Centro, Noroeste, Andalucía y área metropolitana de Madrid. ■

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



## Consumo y gasto en carne y productos cárnicos

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de carne y productos cárnicos fue de 148,5 millones de kilos, que suponen 4,2 kilos per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en carne y derivados ascienden a 925,3 millones –de forma concreta, 33,3 por persona-. Durante el último año, un 81,0% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado carne o productos cárnicos en alguna consumición fuera del hogar. El consumo extradoméstico del año 2021 se ha recuperado ligeramente con respecto al ejercicio anterior caracterizado por los efectos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

El consumo extradoméstico más notable se asocia a la carne fresca (3,8 kilos por persona de consumo medio) y, de manera concreta, al pollo (1,4 kilos per cápita) y a la ternera (1,3 kilos por persona). En términos de consumiciones, la carne fresca concentra el 80,3% y resulta significativa la participación de la carne de pollo (36,1%), ternera (36,5%) y porcino (24,3%).

La carne transformada (0,6 kilos y 13,8 consumiciones por persona) también resultó importante en el consumo extradoméstico durante el año 2021. Destaca, de manera más significativa, las consumiciones de jamón curado (un 41,8% sobre el total de la carne transformada).

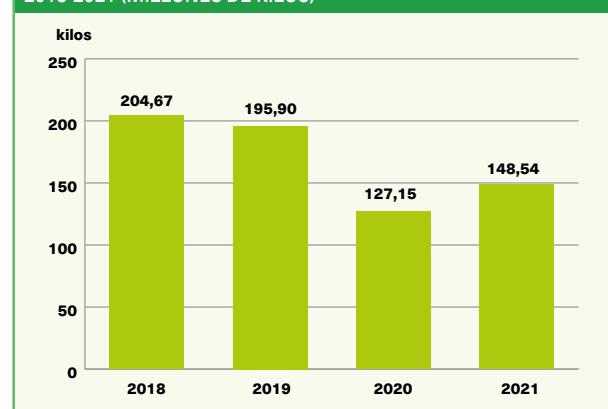
### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS, 2021

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL CARNE	148,54	4,32	925,27	33,26	80,95
CARNE FRESCA	129,24	3,76	706,46	26,72	76,93
TERNERA	43,77	1,27	255,32	12,15	61,13
POLLO	46,61	1,36	250,60	12,03	60,63
PORCINO	19,35	0,56	139,75	8,10	50,18
OVINO	5,38	0,16	18,48	3,73	14,42
RESTO CARNE FRESCA	14,14	0,41	90,81	5,96	44,35
CARNE TRANSFORMADA	19,30	0,56	328,54	13,78	69,39
JAMÓN CURADO	4,50	0,13	81,23	5,76	41,00
JAMON CURADO NORMAL	3,30	0,10	60,55	4,98	35,38
JAMON CURADO IBERICO	1,21	0,04	20,15	3,55	16,50
LOMO EMBUCHADO	0,17	0,00	3,19	3,64	2,55
CHORIZO	0,60	0,02	10,96	2,60	12,25
PATES / FOI GRAS	0,08	0,00	3,14	2,04	4,48
RESTO CARNE TRANSFORMADA	13,95	0,41	235,94	10,96	62,66

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 16,8% en el consumo extradoméstico de carne y productos cárnicos iniciándose una recuperación de los efectos de la COVID-19 en el sector de la restauración.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CARNE, 2018-2021 (MILLONES DE KILOS)



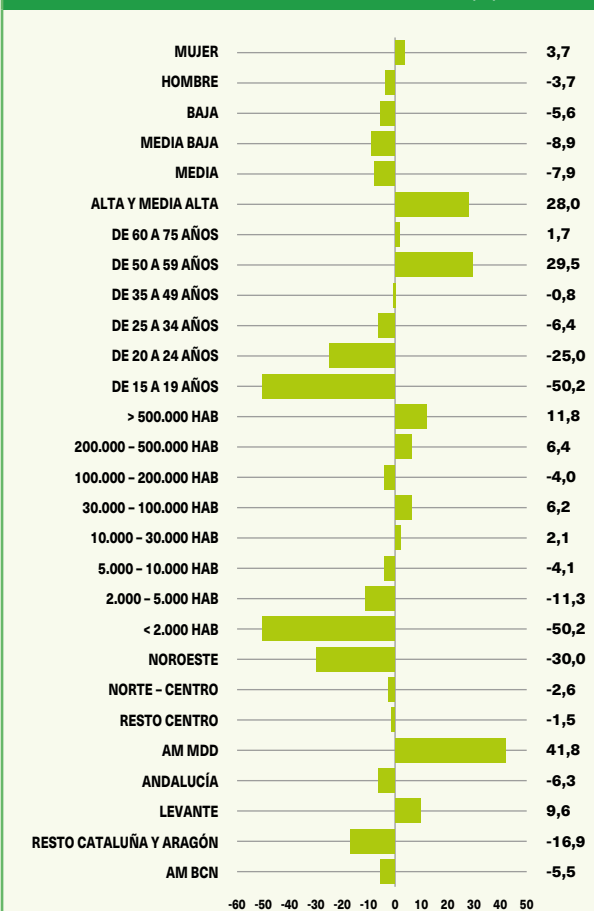


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de carne fresca durante el año 2021 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 mayores 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 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 = 3,76 kilos por persona

## Consumo y gasto en cerveza

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de cerveza fue de 735,6 millones de litros, que suponen 21,4 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 3.148,0 millones de euros que suponen 91,6 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de cerveza llegan a 1.878,4 millones –de forma concreta, 74,4 por persona-. Durante el último año, un 73,5% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado cerveza en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extradoméstico de cerveza con alcohol que supone un 91,8% del consumo total, un 90,1% del valor total y un 90,1% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

El consumo extradoméstico del año 2021 se ha recuperado ligeramente con respecto al ejercicio anterior caracterizado por los efectos negativos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CERVEZA, 2021

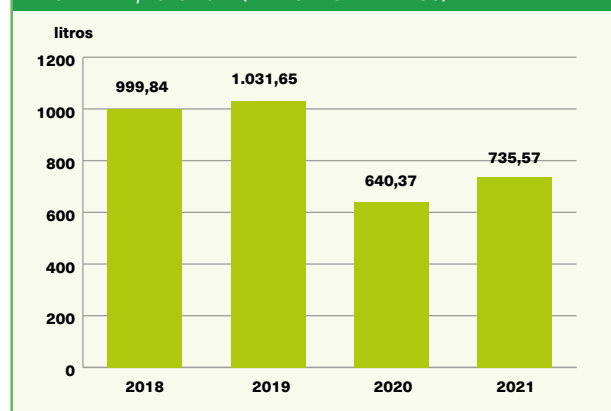
	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
CERVEZA	735,57	21,40	3.148,01	91,60	1.878,35	74,40	73,46
CON ALCOHOL	672,47	19,57	2.837,97	82,58	1.692,80	69,27	71,11
SIN ALCOHOL	62,30	1,81	307,20	8,94	183,78	17,18	31,13
CERVEZA ENVASADA	329,53	9,59	1.721,87	50,10	1.012,51	47,93	61,47
CERVEZA SURTIDOR	406,04	11,81	1.426,15	41,50	865,84	40,21	62,65
OTRAS CERVEZAS	0,80	0,02	2,84	0,08	1,77	4,13	1,24



### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 14,9% en el consumo extradoméstico de cerveza motivado principalmente por la recuperación de los efectos de la COVID-19 en el sector de la restauración.

#### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CERVEZA, 2018-2021 (MILLONES DE LITROS)



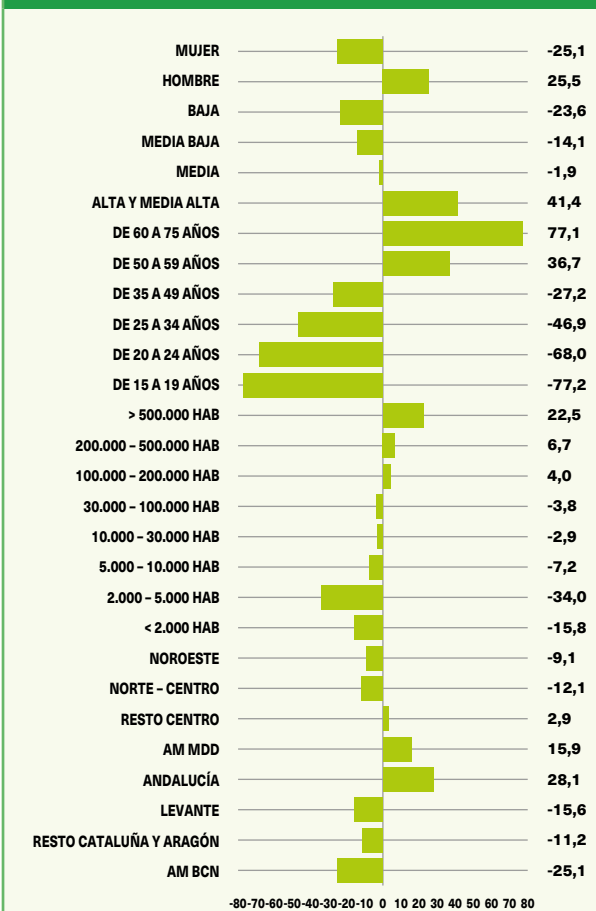


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de cerveza durante el año 2021 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, Resto Centro y área metropolitana de Madrid, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Levante, Resto de Cataluña y Aragón, área metropolitana de Barcelona, Noroeste y Norte-centro. ■

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



## Consumo y gasto en derivados lácteos

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de derivados lácteos fue de 46,6 millones de kilos, que suponen 1,4 kilos de consumo medio per cápita al año en esta familia de productos. Las consumiciones en derivados lácteos ascienden a 568,6 millones –de forma concreta, 21,8 por persona-. Durante el último año, un 75,9% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado derivados lácteos en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo extradoméstico más notable se asocia a postres (0,5 kilos por persona) y quesos (0,8 kilos per

cápita). En términos de consumiciones, los quesos concentran el 66,3% y los postres el 25,2%.

Los yogures (0,05 kilos y 9,0 consumiciones por persona) también fueron importantes en el consumo extradoméstico durante el año 2021.

Con carácter general, el consumo extradoméstico de derivados lácteos del año 2021 muestra una ligera recuperación con respecto al ejercicio anterior caracterizado por los efectos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN DERIVADOS LÁCTEOS, 2021

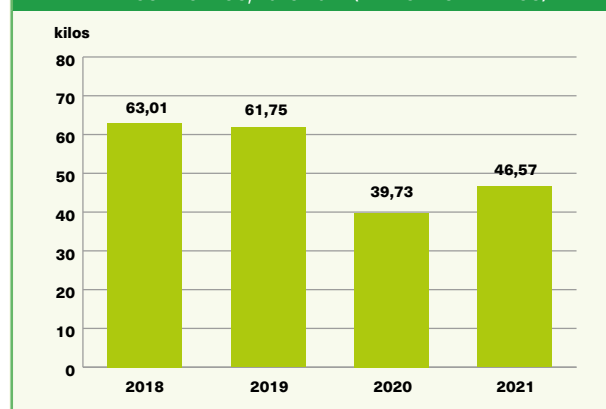
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMIONES (Millones)	CONSUMIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL DERIVADOS LÁCTEOS	46,57	1,36	568,64	21,79	75,92
MANTEQUILLA	0,54	0,02	32,58	7,70	12,31
POSTRES	16,52	0,48	143,37	9,77	42,68
YOGURES	1,77	0,05	35,06	8,98	11,36
QUESO	27,74	0,81	377,20	15,46	70,97

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 17,2% en el consumo extradoméstico de derivados lácteos motivado principalmente por la recuperación frente a los efectos negativos de la COVID-19 en el sector de la restauración.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN DERIVADOS LÁCTEOS, 2018-2021 (MILLONES DE KILOS)





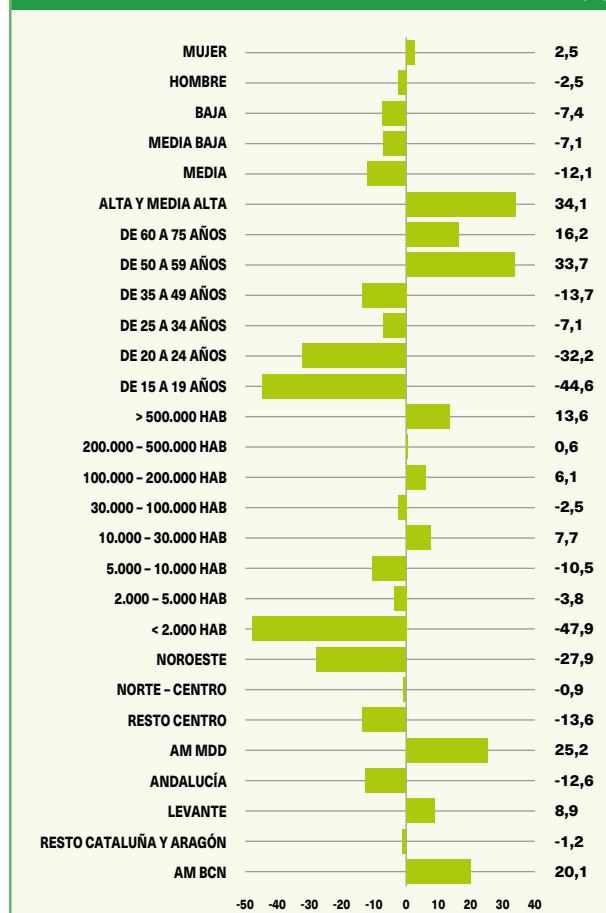


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de derivados lácteos durante el año 2021 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.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de derivados lácteos aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de derivados lácteos no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van sucediendo con independencia del tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de más de 500.000 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 extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-centro, Resto Centro y Andalucía. ■

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



\* Media nacional = 1,36 kilos por persona

## Consumo y gasto en frutas

**D**urante el año 2021, el consumo extracomunitario de frutas fue de 9,9 millones de kilos, que suponen 0,3 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en frutas ascienden a 70,7 millones –de forma concreta, 7,9 por persona-. Durante el último año, un 26,0% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado frutas en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo medio extracomunitario más notable se asocia a la fruta fresca (0,27 kilos por persona) y, de manera concreta, a manzanas (0,04 kilos per cápita) y a naranjas y mandarinas (0,03 kilos por persona). En

términos de consumiciones, las frutas frescas concentran el 69,9% y resulta significativa la participación de manzanas (10,3%) y naranjas y mandarinas (8,3%).

La mermelada de frutas (6,3 consumiciones por persona) cuenta con una menor relevancia en el consumo extracomunitario durante el año 2021.

Con carácter general, el consumo extracomunitario de frutas durante el año 2021 se ha mantenido bastante estable con respecto al ejercicio anterior que estuvo caracterizado por los efectos negativos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

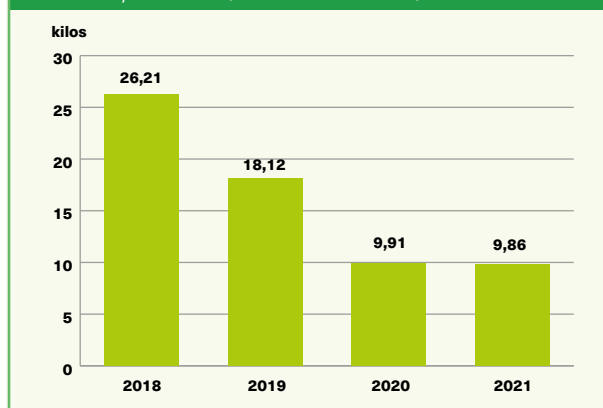
### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN FRUTAS, 2021

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL FRUTAS	9,86	0,29	70,67	7,92	25,96
FRUTA FRESCA	9,19	0,27	49,41	7,43	19,36
MANZANA	1,46	0,04	7,28	5,25	4,03
PLATANO	0,82	0,02	5,47	6,85	2,32
NARANJA/MANDARINA	1,18	0,03	5,89	6,21	2,76
MELON/SANDIA	1,23	0,04	5,29	3,41	4,52
FRESA/FRESÓN	0,60	0,02	3,02	3,06	2,87
PIÑA	1,16	0,03	8,72	3,52	7,21
RESTO FRUTAS	2,75	0,08	13,74	5,87	6,81
MERMELADAS	0,67	0,02	21,26	6,32	9,80

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un ligero descenso del -0,5% en el consumo frutas, y, por tanto, no se advierte ninguna recuperación con respecto al año anterior que estuvo caracterizado por los efectos negativos de la COVID-19 en el sector de la restauración.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN FRUTAS, 2018-2021 (MILLONES DE KILOS)



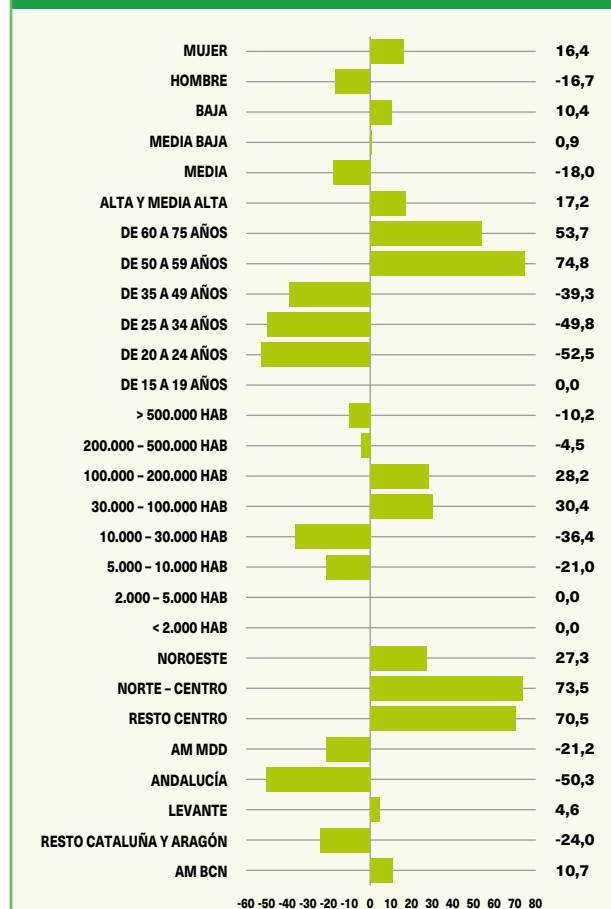


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de frutas durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son elevadas 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 frutas fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de 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 30.000 y 100.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a municipios de 10.000 a 30.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el área metropolitana de Barcelona y de Madrid, Resto centro y Noroeste, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Resto Cataluña, Norte-centro y Andalucía. ■

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



\* Media nacional = 0,29 kilos por persona

## Consumo y gasto en helados y granizados

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de helados y granizados fue de 26,3 millones de litros, que suponen 0,8 litros de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en helados y granizados ascienden a 965,8 millones –de forma concreta, 11,9 por persona-. Durante el último

año, un 53,5% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado helados y granizados en alguna consumición fuera del hogar. El consumo extradoméstico del año 2021 se ha recuperado ligeramente con respecto al ejercicio anterior caracterizado por los efectos negativos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

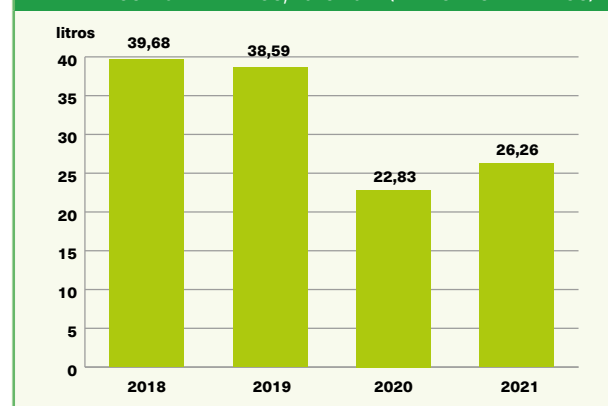
### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HELADOS Y GRANIZADOS, 2021

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Litros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL HELADOS Y GRANIZADOS	26,26	0,76	965,80	11,90	53,52

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 15,0% en el consumo extradoméstico de helados y granizados motivado principalmente por la recuperación frente a los efectos negativos de la COVID-19 en el sector de la restauración.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HELADOS Y GRANIZADOS, 2018-2021 (MILLONES DE LITROS)



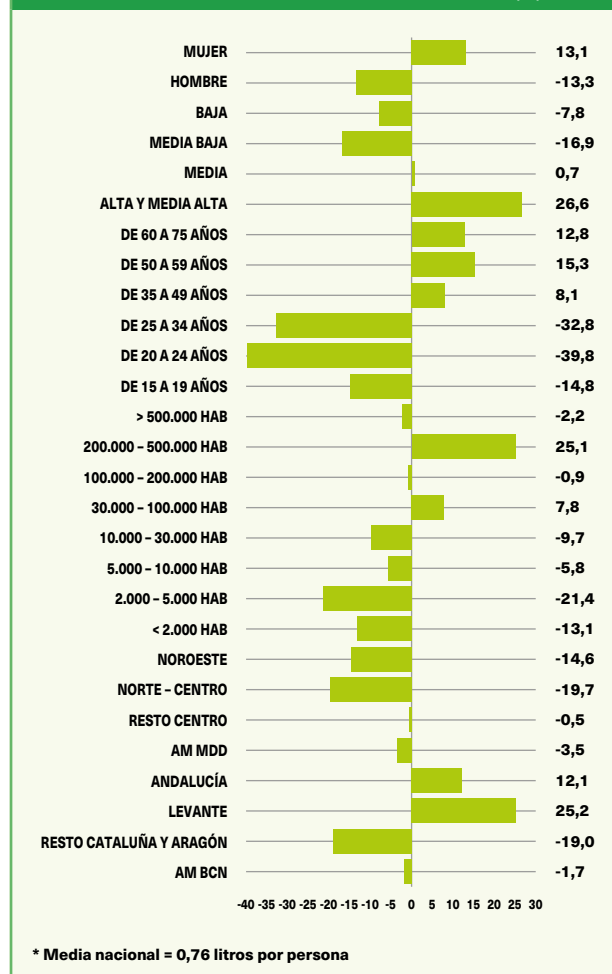


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de helados y granizados durante el año 2021 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 media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de helados y granizados aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de helados y granizados no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van alternando a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 200.000 a 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a municipios entre 2.000 y 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en 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

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de hortalizas y verduras fue de 247,1 millones de kilos, que suponen 7,2 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en hortalizas y verduras ascienden a 920,3 millones –de forma concreta, 33,4 por persona-. Durante el último año, un 80,2% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado hortalizas y verduras en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo medio extradoméstico más notable se asocia a lechugas (1,1 kilo por persona), patatas (3,0 kilos per cápita) y tomates (0,7 kilos por persona). En términos de consumiciones, las patatas concentran el 50,7% y también resulta significativa la participación de tomates (24,5%) y lechugas (20,2%).

Con carácter general, el consumo extradoméstico del año 2021 ha crecido ligeramente con respecto al ejercicio anterior que estuvo caracterizado por los efectos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HORTALIZAS, 2021

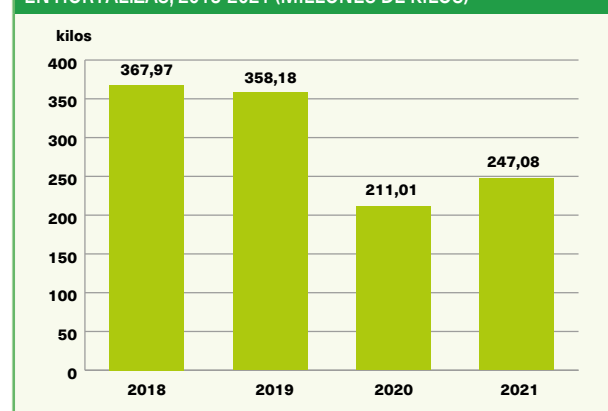
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL HORTALIZAS Y VERDURAS	247,08	7,19	920,30	33,40	80,17
TOMATES	22,31	0,65	225,64	11,45	57,35
JUDIAS VERDES	1,79	0,05	7,23	3,25	6,48
PATATAS	101,34	2,95	466,15	18,80	72,13
CEBOLLAS	18,35	0,53	198,31	10,01	57,66
PIMIENTOS	17,61	0,51	93,54	7,11	38,25
LECHUGAS	36,31	1,06	186,23	9,34	58,03
SETAS	11,98	0,35	58,27	4,47	37,95
ESPARRAGOS	2,16	0,06	10,03	2,75	10,63
OTRAS HORTALIZAS	35,22	1,02	171,40	9,39	53,11

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 17,1% en el consumo extradoméstico de hortalizas suponiendo una ligera recuperación respecto al ejercicio anterior que estuvo caracterizado por los efectos de la COVID-19 en el sector de la restauración.



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HORTALIZAS, 2018-2021 (MILLONES DE KILOS)



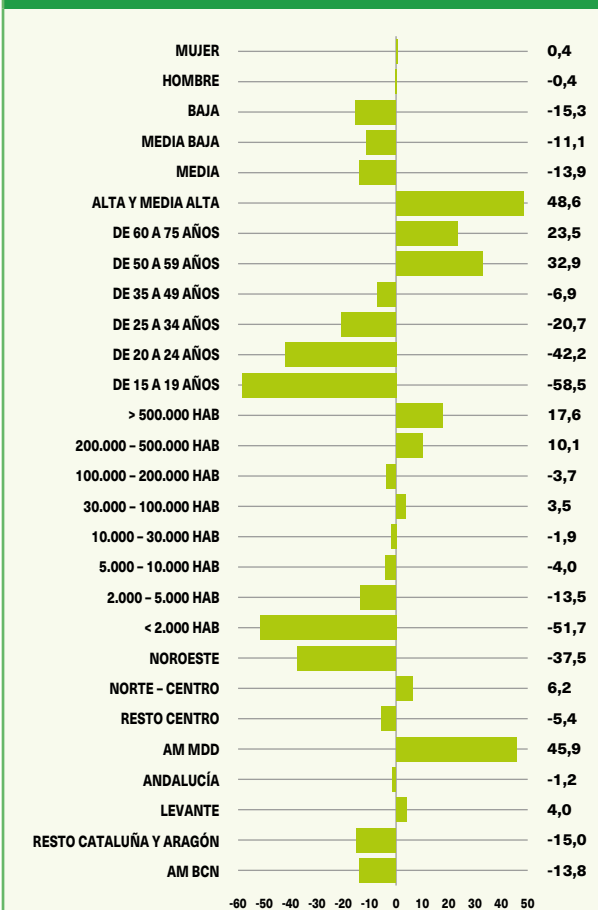


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de hortalizas y verduras durante el año 2021 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 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 (mayores de 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, Norte-centro y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Resto de Cataluña y Aragón, y área metropolitana de Barcelona. ■

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



\* Media nacional = 7,19 kilos por persona

## Consumo y gasto en infusiones

**D**urante el año 2021, el consumo extracomunitario de infusiones fue de 11,4 millones de litros, que suponen 0,3 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 101,6 millones de euros que suponen 3,0 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de infusiones llegan a 91,0 millones –de forma concreta, 8,6 por persona-. Durante el

último año, un 31,0% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado infusiones en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo extracomunitario del año 2021 resulta prácticamente similar al ejercicio anterior que estuvo caracterizado por los efectos negativos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

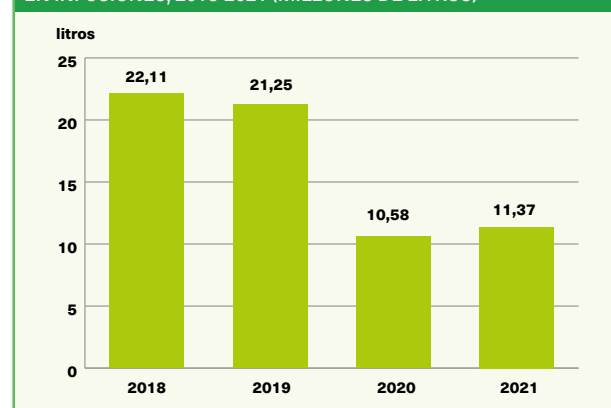
### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN INFUSIONES, 2021

	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	10,58	0,31	92,03	2,70	84,65	8,03	30,92

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 7,5% en el consumo extracomunitario de infusiones motivado principalmente por la ligra recuperación de los efectos negativos de la COVID-19 en el sector de la restauración.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN INFUSIONES, 2018-2021 (MILLONES DE LITROS)





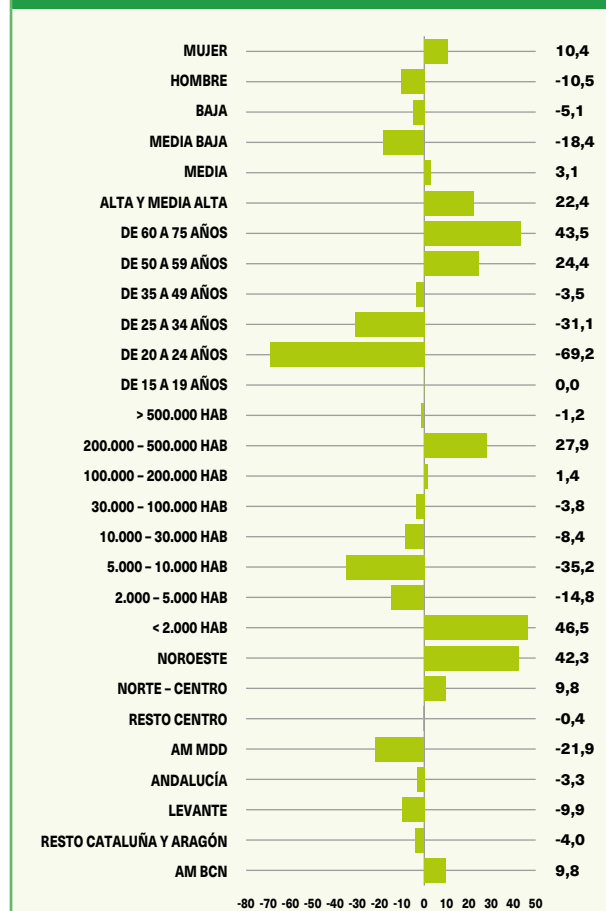


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de infusiones durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo indican un consumo superior de infusiones en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de infusiones fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase 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 20 a 24 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 y área metropolitana de Barcelona, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Resto Centro, Norte-centro, Andalucía, Levante, Resto Cataluña y Aragón y área metropolitana de Madrid. ■

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



\* Media nacional = 0,33 litros por persona

## Consumo y gasto en leche

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de leche fue de 173,6 millones de litros, que suponen 5,1 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.486,7 millones de euros que suponen 43,3 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de leche llegan a 1.348,6 millones – de forma concreta, 59,1 por persona-. Durante el último año, un 66,4% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado leche en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extradoméstico de leche con café que supone un 92,3% del consumo total, un 95,5% del valor total y un 95,1% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

El consumo extradoméstico del año 2021 se ha recuperado ligeramente con respecto al ejercicio anterior caracterizado por los efectos negativos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

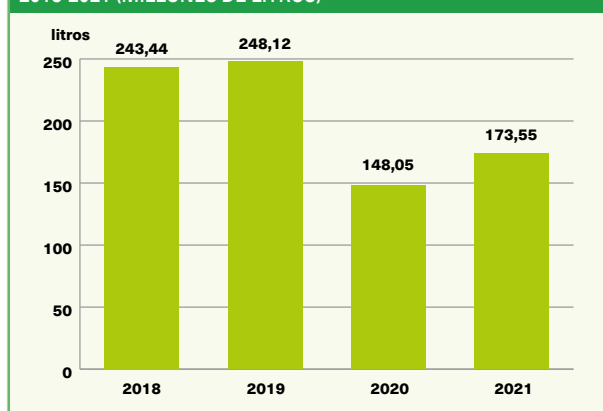
### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LECHE, 2021

	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	173,55	5,05	1.486,72	43,26	1.348,57	59,10	66,40
Leche Sola	3,81	0,11	11,52	0,34	19,03	9,65	5,74
Leche Con Cacao	9,48	0,28	54,82	1,60	47,42	9,98	13,82
Leche Con Café	160,27	4,66	1.420,39	41,33	1.282,12	58,13	64,18

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 17,2% en el consumo extradoméstico de leche motivado principalmente por la recuperación de los efectos de la COVID-19 en el sector de la restauración.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LECHE, 2018-2021 (MILLONES DE LITROS)



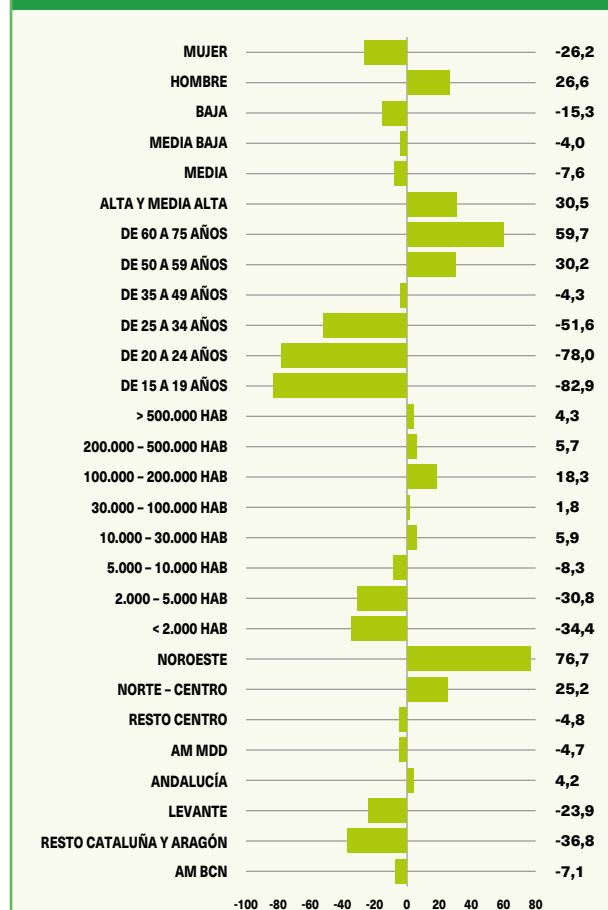


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de leche durante el año 2021 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 100.000 a 200.000 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 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 (%)\*



\* Media nacional = 5,05 litros por persona

## Consumo y gasto en legumbres

**D**urante el año 2021, el consumo extracomunitario de legumbres fue de 2,4 millones de kilos, que suponen 0,07 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en legumbres ascienden a 24,8 millones –de forma concreta, 4,8 por persona-. Durante el último año, un 15,2% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado legumbres en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo extracomunitario del año 2021 ha supuesto una ligera recuperación con respecto al ejercicio anterior caracterizado por los efectos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LEGUMBRES, 2021

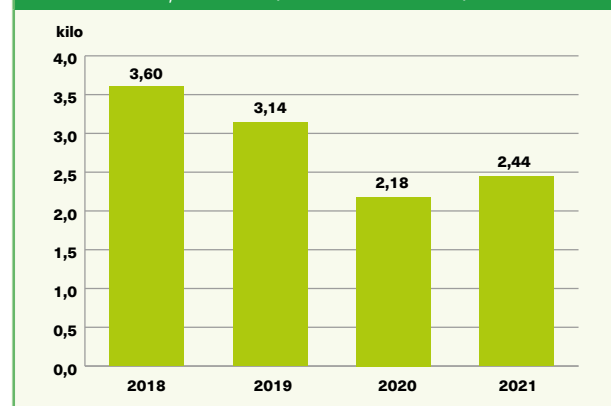
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL LEGUMBRES	2,44	0,07	24,82	4,75	15,19



### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 11,9% en el consumo extracomunitario de legumbres motivado principalmente por la recuperación frente a los efectos negativos de la COVID-19 en el sector de la restauración.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LEGUMBRES, 2018-2021 (MILLONES DE KILOS)



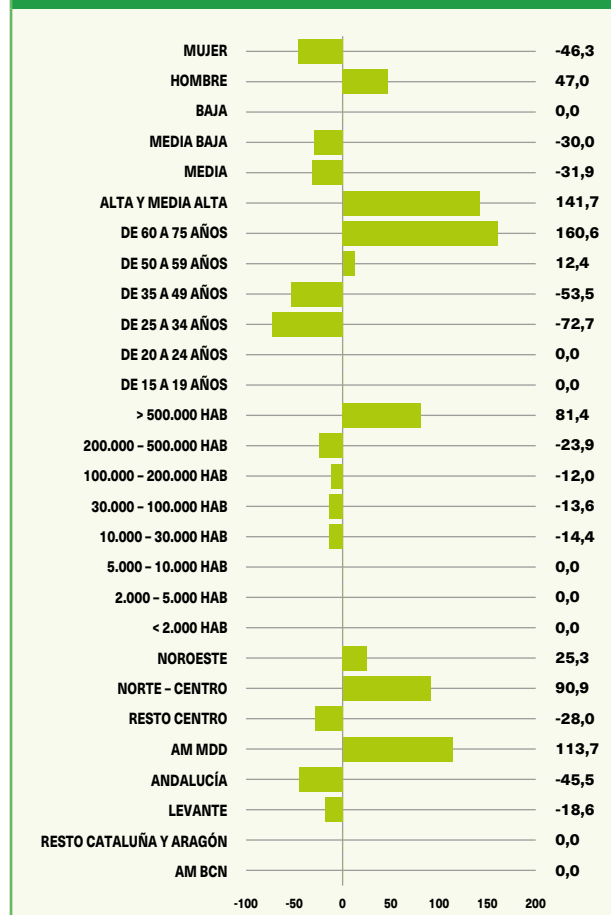


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de legumbres durante el año 2021 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 25 a 34 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 entre 200.000 y 500.000 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 = 0,07 kilos por persona

## Consumo y gasto en pan

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de pan fue de 107,6 millones de kilos, que suponen 3,1 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en pan ascienden a 1.198,8 millones –de forma concreta, 41,2 por persona-. Durante el último año, un 84,6% de

consumidores entre 15 y 75 años han tomado pan en alguna consumición fuera del hogar. El consumo extradoméstico del año 2021 presenta una ligera recuperación con respecto al ejercicio anterior caracterizado por los efectos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

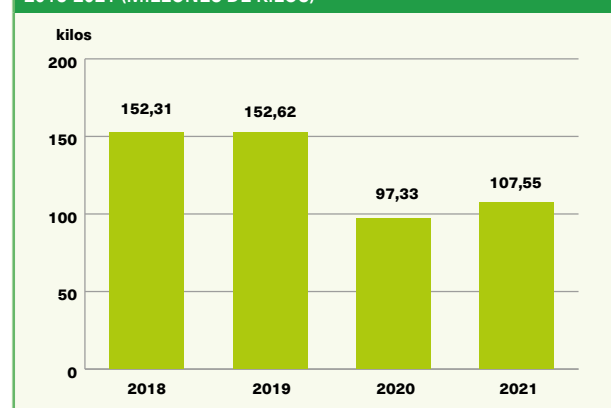
### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PAN, 2021

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL PAN	107,55	3,13	1.198,77	41,21	84,64

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 10,5% en el consumo extradoméstico de pan motivado principalmente por la recuperación frente a los efectos negativos de la COVID-19 en el sector de la restauración.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PAN, 2018-2021 (MILLONES DE KILOS)



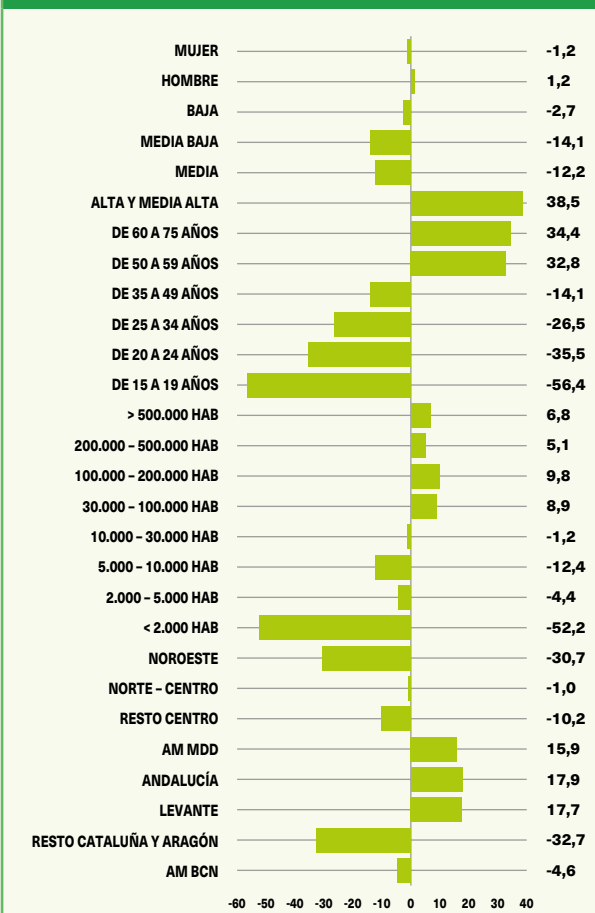


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de pan durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo ligeramente superior en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de pan fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de pan aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de pan ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van haciendo más favorables a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en grandes municipios (entre 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 (%)\*



\* Media nacional = 3,13 Kilos por persona

## Consumo y gasto en pastas

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de pastas fue de 4,2 millones de kilos, que suponen 0,1 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en pastas ascienden a 47,7 millones –de forma concreta, 4,2 por persona-. Durante el último año, un 32,8% de

consumidores entre 15 y 75 años han tomado pastas en alguna consumición fuera del hogar. El consumo extradoméstico del año 2021 se ha mantenido con respecto al ejercicio anterior que estuvo caracterizado por los efectos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

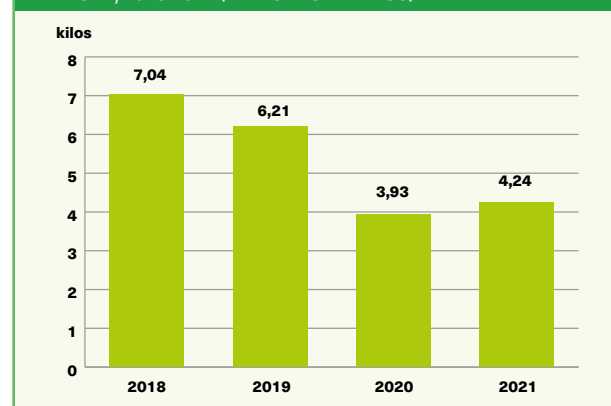
### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PASTAS, 2021

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL PASTAS	4,24	0,12	47,66	4,23	32,76

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 7,9% en el consumo extradoméstico de pastas motivado principalmente por una ligera recuperación con respecto a los efectos negativos de la COVID-19 en el sector de la restauración.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PASTA, 2018-2021 (MILLONES DE KILOS)





## ESPECIALISTAS EN TRANSPORTE Y LOGÍSTICA DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS A TEMPERATURA CONTROLADA



OFRECEMOS A NUESTROS CLIENTES SOLUCIONES PERSONALIZADAS PARA GARANTIZAR LAS MEJORES CONDICIONES EN MATERIA DE CALIDAD, SEGURIDAD ALIMENTARIA Y EFICIENCIA OPERATIVA.

NUESTRA RAZÓN DE SER: GARANTIZAR DE MANERA SOSTENIBLE Y TOTALMENTE SEGURA EL ACCESO A LA DIVERSIDAD Y AL DISFRUTE ALIMENTARIO PARA TODOS.



Descubre más  
del Grupo STEF  
Escanea el código QR  
[www.stef.es](http://www.stef.es)



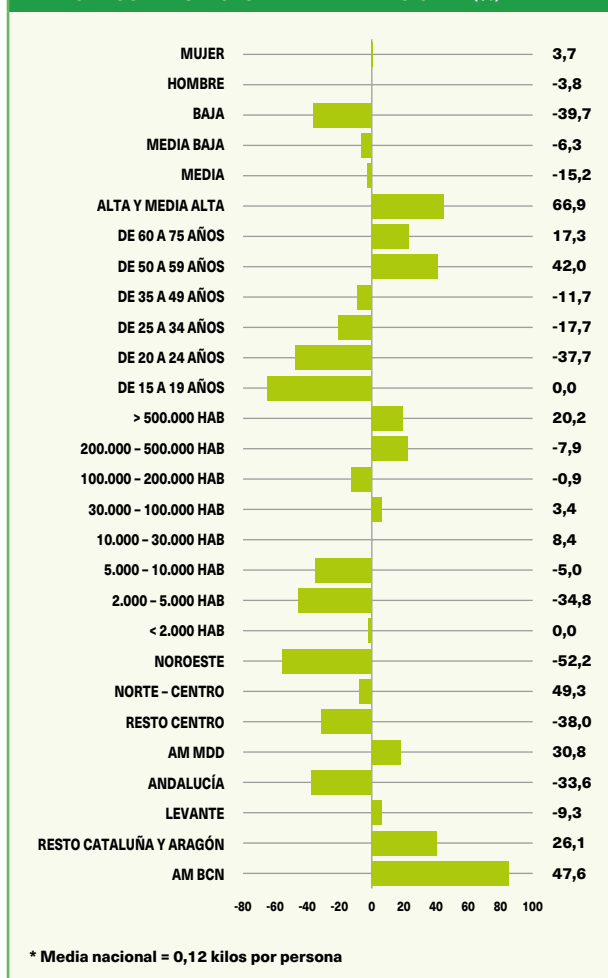


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de pastas durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo ligeramente superior de este producto en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de pastas fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de pastas aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 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 por encima de 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a pequeños municipios (entre 2.000 y 5.000 habitantes).
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, Norte Centro y en Resto de Cataluña y Aragón, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas 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

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de pescados y mariscos fue de 93,3 millones de kilos, que suponen 2,7 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en pescados y mariscos ascienden a 459,0 millones –de forma concreta, 21,0 por persona-. Durante el último año, un 63,5% 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 (1,7 kilos por persona) y, de manera concreta, a langostinos y gambas (0,5 kilos per cápita) y a calamares (0,4 kilos por persona). En términos

de consumiciones, los pescados concentran el 63,8% y resulta significativa la participación de salmón (4,4%) y sardinas (3,4%).

Los mariscos (1,7 kilos y 11,8 consumiciones por persona) fueron importantes en el consumo extradoméstico durante el año 2021. Destaca, de manera más significativa, las consumiciones de calamares (un 40,0% sobre el total de mariscos).

Con carácter general, el consumo extradoméstico del año 2021 se va recuperando con respecto al ejercicio anterior lastrado por los efectos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

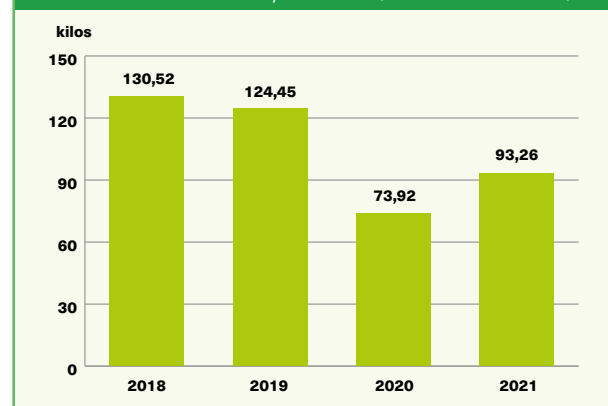
### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PESCADOS Y MARISCOS, 2021

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL PESCADOS Y MARISCOS	93,26	2,71	459,02	21,04	63,49
PESCADOS	36,61	1,07	261,25	13,43	56,59
MERLUZA/PESCADILLA	1,13	0,03	6,14	2,14	8,36
BOQUERONES	1,20	0,04	9,42	3,02	9,07
SARDINAS	1,32	0,04	15,70	4,32	10,59
RAPE	0,29	0,01	1,50	1,64	2,65
DORADA	0,97	0,03	4,96	3,07	4,70
SALMON	3,25	0,09	20,27	4,05	14,56
ATUN FRESCO	2,08	0,06	12,30	3,09	11,57
RESTO PESCADOS	26,36	0,77	191,65	10,56	52,79
MARISCOS	56,66	1,65	199,82	11,81	49,25
CALAMARES	12,62	0,37	77,90	6,23	36,39
PULPO/SEPIA	11,85	0,34	56,58	5,93	27,76
LANGOSTINOS/GAMBAS	15,31	0,45	74,81	7,10	30,65
OTROS MARISCOS	16,88	0,49	84,44	7,25	33,89

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 26,2% en el consumo extradoméstico de pescados y mariscos motivado principalmente por la recuperación frente a los efectos de la COVID-19 en el sector de la restauración.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PESCADOS Y MARISCOS, 2018-2021 (MILLONES DE KILOS)



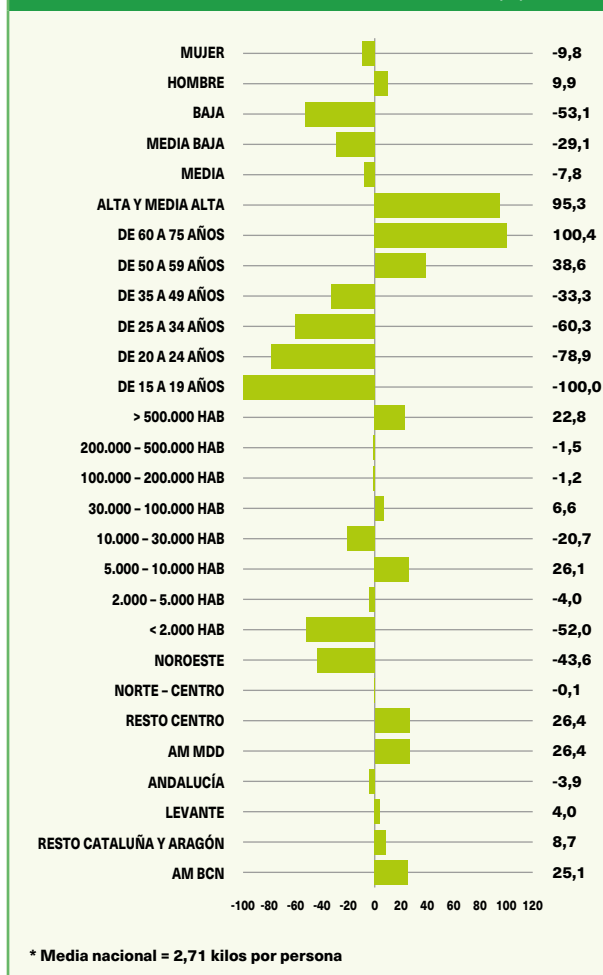


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de pescados y mariscos durante el año 2021 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 de 10.000 a 30.000 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 (%)\*



## Consumo y gasto en refrescos

**D**urante el año 2021, el consumo extracomunitario de refrescos fue de 378,5 millones de litros, que suponen 11,0 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.390,0 millones de euros que suponen 40,4 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de refrescos llegan a 950,9 millones –de forma concreta, 35,4 por persona-. Durante el último año, un 78,2% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado refrescos en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extracomunitario de colas que supone un 59,1% del consumo total, un 60,2% del valor total y un 61,2% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

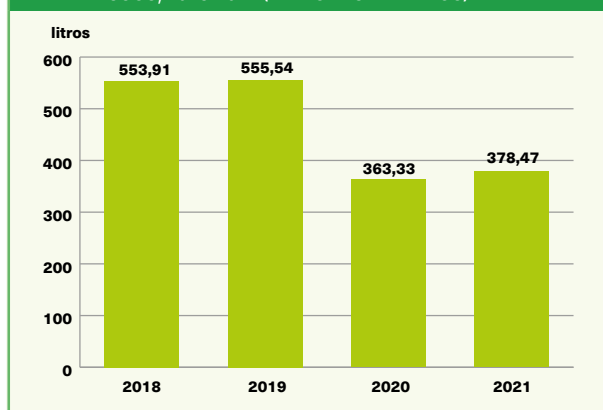
El consumo extracomunitario del año 2021 se mantiene prácticamente estable con respecto al ejercicio anterior que estuvo caracterizado por los efectos negativos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN REFRESCOS, 2021							
	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	378,47	11,01	1.390,00	40,44	950,94	35,39	78,19
COLAS	223,82	6,51	836,41	24,34	582,59	25,58	66,26
COLA REGULAR	113,70	3,31	412,89	12,01	287,82	17,16	48,82
LIGHT/ZERO	110,12	3,20	423,53	12,32	294,77	18,69	45,90
CON CAFEINA	187,14	5,45	701,21	20,40	486,83	23,10	61,33
SIN CAFEINA	31,01	0,90	112,90	3,28	81,28	9,86	23,98
FRUTAS CON GAS	45,24	1,32	135,81	3,95	100,38	8,71	33,55
FRUTAS SIN GAS	15,20	0,44	52,93	1,54	33,27	6,10	15,86
RESTO	22,75	0,66	105,13	3,06	60,68	7,72	22,89
RESTO	20,73	0,61	90,86	2,67	53,66	7,06	22,31

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 4,2% en el consumo extracomunitario de refrescos motivado principalmente por una escasa recuperación de los efectos negativos de la COVID-19 en el sector de la restauración.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN REFRESCOS, 2018-2021 (MILLONES DE LITROS)



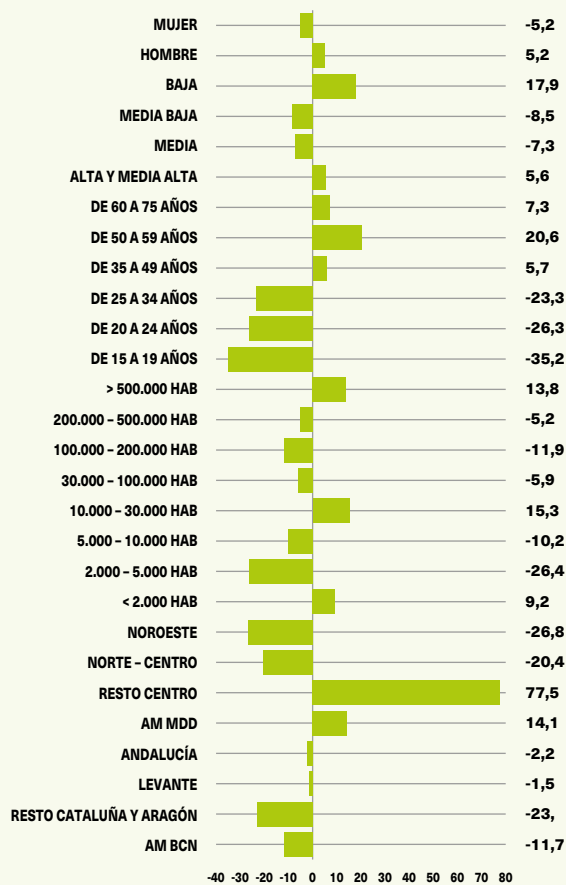


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de refrescos durante el año 2021 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 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de refrescos no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica con desviaciones que se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 10.000 y 30.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 100.000 a 200.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Resto Centro y área metropolitana de Madrid, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Norte-centro, Andalucía, Noroeste, Resto de Cataluña y Aragón, Levante y área metropolitana de Barcelona. ■

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



\* Media nacional = 11,01 litros por persona

## Consumo y gasto en sidra

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de sidra fue de 17,4 millones de litros, que suponen 0,5 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 61,2 millones de euros que suponen 1,8 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de sidra llegan a 25,3 millones –de forma concreta, 9,7 por persona-. Durante el

último año, un 7,6% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado sidra en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo extradoméstico del año 2021 se ha minorado con respecto al ejercicio anterior caracterizado por los efectos negativos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

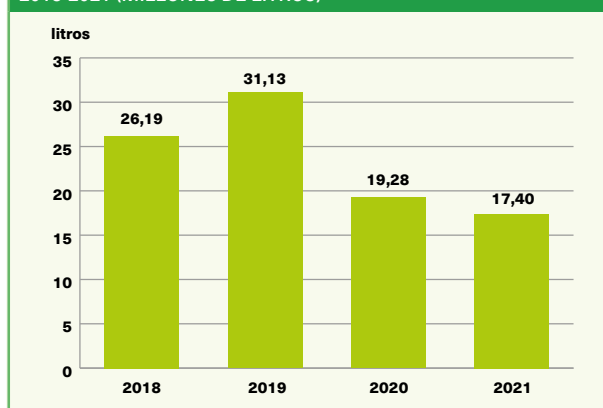
### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN SIDRA, 2021

	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	17,40	0,51	61,24	1,78	25,25	9,67	7,60

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un descenso del -9,7% en el consumo extradoméstico de sidra.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN SIDRA, 2018-2021 (MILLONES DE LITROS)



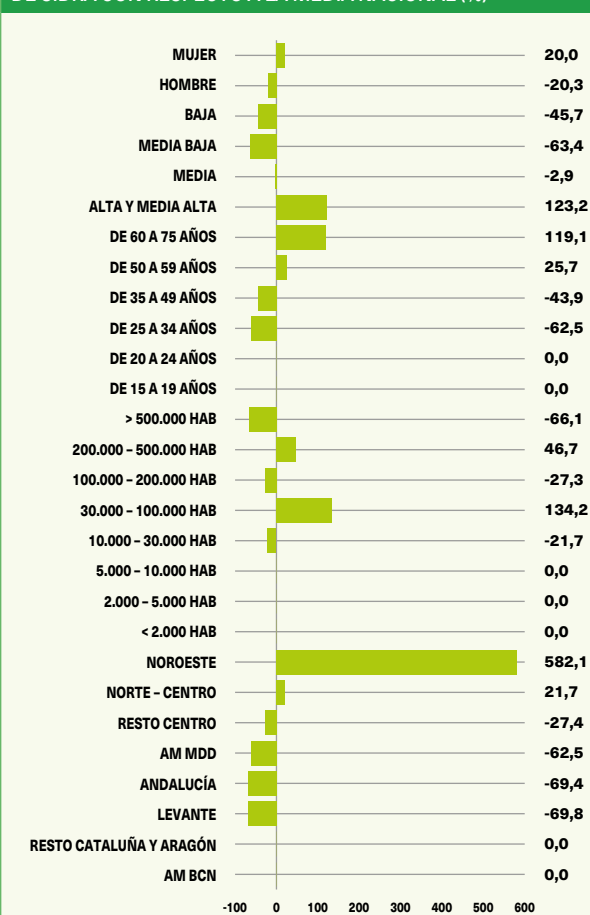


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extracomunitario de sidra durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son apreciables y se advierte un consumo superior de sidra en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de sidra fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extracomunitaria 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 25 a 34 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de sidra no ofrece un patrón para la demanda extracomunitaria 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 10.000 a 30.000 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 (%)\*



\* Media nacional = 0,51 litros por persona



## Consumo y gasto en vino y derivados

**D**urante el año 2021, el consumo extracomunitario de vino y derivados fue de 127,4 millones de litros, que suponen 3,7 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 925,0 millones de euros que suponen 26,9 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de vino y derivados llegan a 294,5 millones –de forma concreta, 18,5 por persona-. Durante el último año, un 46,3% 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 67,7% del consumo total, un 80,6% del valor total y un 75,4% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

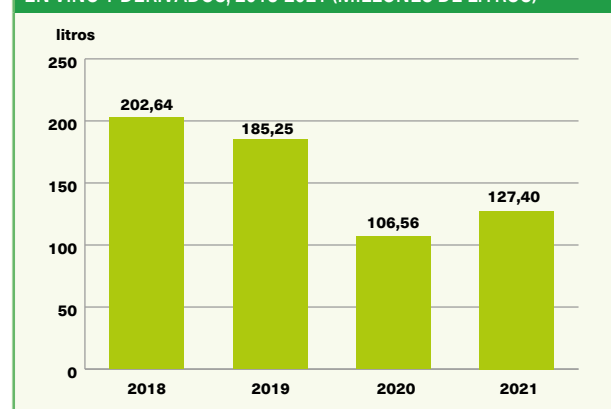
El consumo extracomunitario del año 2021 se ha elevado con respecto al ejercicio anterior caracterizado por los efectos negativos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN VINO Y DERIVADOS, 2021							
	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	127,40	3,71	924,95	26,91	294,50	18,50	46,31
VINO	86,20	2,51	745,61	21,70	222,07	17,21	37,54
TINTO	50,71	1,48	432,71	12,59	121,64	12,48	28,37
BLANCO	30,23	0,88	271,84	7,91	87,06	10,72	23,62
ROSADO	4,30	0,13	34,04	0,99	10,58	5,61	5,49
RESTO VINO	0,96	0,03	7,02	0,20	2,79	3,58	2,27
CAVA	3,86	0,11	23,01	0,67	5,98	3,38	5,15
OTRAS BEBIDAS DERIVADAS DEL VINO	37,34	1,09	156,33	4,55	66,45	7,77	24,88
TINTO DE VERANO	27,62	0,80	110,37	3,21	50,05	8,27	17,62
SANGRIA DE VINO	3,15	0,09	7,91	0,23	4,07	2,80	4,23
SANGRIA DE CAVA	1,85	0,05	8,35	0,24	2,16	2,92	2,15
CALIMOCHO	1,65	0,05	9,73	0,28	3,71	6,05	1,79
REBUJITO	2,85	0,08	18,70	0,54	6,04	3,17	5,55
ESPUMOSO / LAMBRUSCO / MOSCATEL	2,25	0,07	15,82	0,46	4,53	3,08	4,31

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un incremento del 19,6% en el consumo extracomunitario de vino y derivados.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN VINO Y DERIVADOS, 2018-2021 (MILLONES DE LITROS)



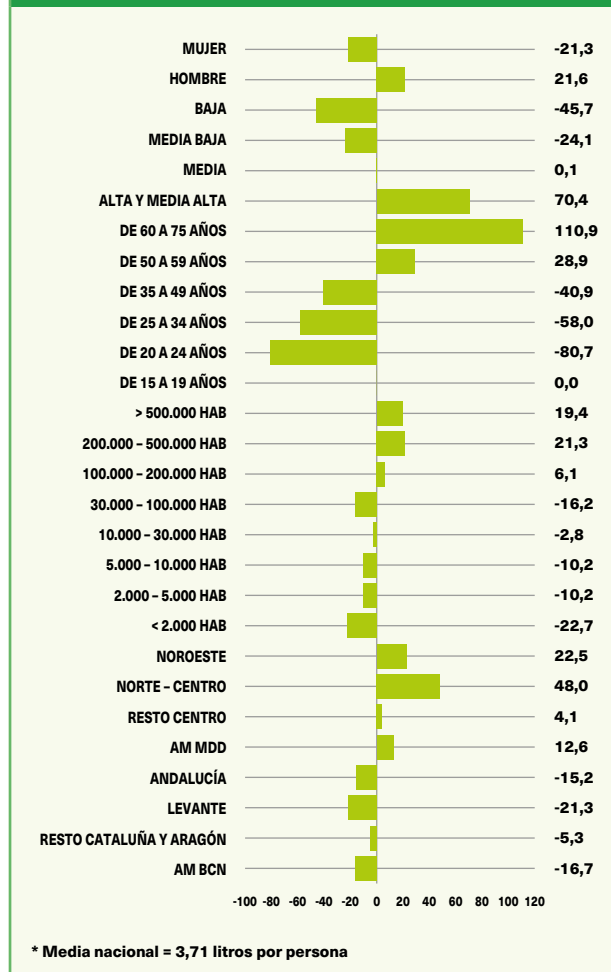


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de vino y derivados durante el año 2021 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 extradoméstica per cápita de vino y derivados aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de vino y derivados no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica con desviaciones que se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 200.000 a 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con pequeños municipios de menos de 2.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Noroeste, Norte-centro, Resto de Centro y área metropolitana de Madrid, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Andalucía, 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

**D**urante el año 2021, el consumo extradoméstico de zumo fue de 39,2 millones de litros, que suponen 1,1 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 194,7 millones de euros que suponen 5,8 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de zumo llegan a 119,3 millones -de forma concreta, 8,6 por persona-. Durante el úl-

timo año, un 40,4% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado zumo en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo extradoméstico del año 2021 se ha reducido ligeramente con respecto al ejercicio anterior caracterizado por los efectos de la COVID-19 sobre el sector de la restauración.

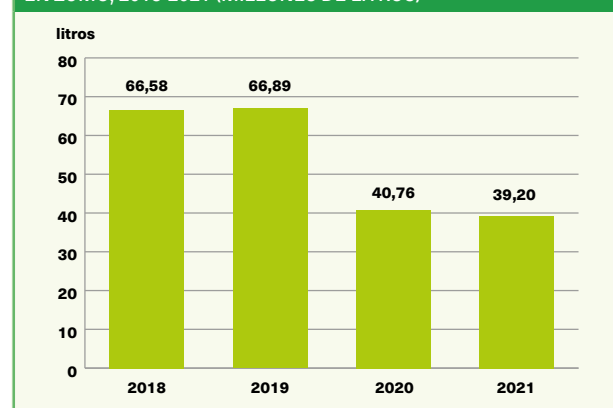
### CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ZUMO, 2021

	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	39,20	1,14	194,71	5,67	119,34	8,59	40,43

### EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2021, se ha producido un ligero descenso del -3,8% en el consumo extradoméstico de zumo.

### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ZUMO, 2018-2021 (MILLONES DE LITROS)



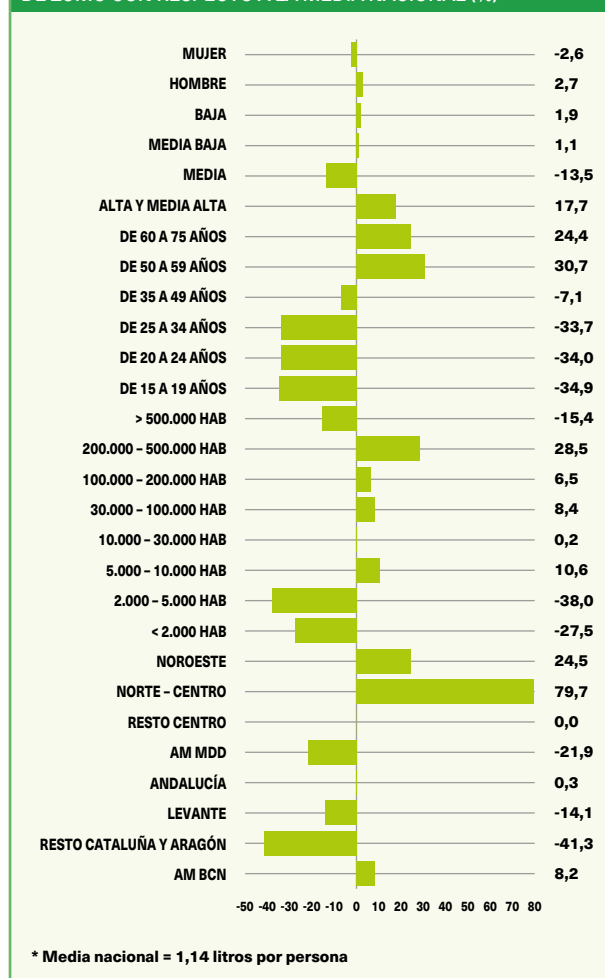


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de zumo durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de zumo en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase media alta y media alta tienen un consumo superior de zumo fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media.
- 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 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de zumo no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 200.000 a 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Noroeste, Norte-centro, Andalucía, y área metropolitana de Barcelona mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Levante, Resto Cataluña y Aragón y área metropolitana de Madrid.

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





ZURERA HERMANOS, S.L.

Sucesores de Juan Andrés Zurera Navarro.  
Casa fundada en 1937

hnozurera@inicia.es

# INFORMACIÓN POR SECTORES

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2022  
mercasa

# CEREALES



**E**l término “cereal” procede de la diosa romana Ceres, identificada con la fecundidad y las buenas cosechas.

Su cultivo hizo posible que el hombre 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.

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

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. Sus granos contienen muy poca 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.

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

	2018	2019	2020	2021
MUNDO	730,92	761,61	775,72	779,29
EE.UU	51,3	52,58	49,75	44,8
UE	124,5	139,6	126,7	138,85
ESPAÑA	7,9	5,8	7,8	8,3

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA

La semilla del cereal está formada por la cáscara y el grano, que está formado a su vez por el germen (que contiene proteínas de alto valor orgánico) y el núcleo (compuesto por almidón y, en algunos casos como el trigo o la avena, por un complejo proteico llamado gluten).

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	2019	2020	2021
TRIGO	5.841,0	7.817,1	8.303,5
CEBADA	7.396,9	10.955,8	8.967,96
MAÍZ	4.185,4	4.214,1	4.415,4
ARROZ (CÁSCARA)	800,9	747,8	632,5
AVENA	811,2	1.323,8	1.198,4
CENTENO	246,7	391,7	301,5
TRITICALE	599,9	756,2	783,5
TOTAL	19.882	26.207	24.603

FUENTE: MAPA

una media de 6 millones de hectáreas, de las que aproximadamente el 94% corresponden 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 2021 la cosecha nacional de cereales fue inferior a la del año anterior. A efectos de calcular la renta agraria anual, el MAPA estimó que la producción de cereal se redujo en volumen un 6% (en 2020 se había incrementado más de un 31%), mientras que los precios medios subieron en general un 35,5% (en el año anterior había bajado).

Por todo ello, el valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria finalmente aumentó un 27,3% con respecto a un año antes, hasta situarse en 6.050,6 millones de euros en términos corrientes, según datos del Ministerio de Agricultura.

En España, los cereales (arroz excluido) supusieron en 2021 el 10,7% del valor de toda la Producción de la Rama Agraria (PRA) a precios básicos y el 17,9% de la Producción de la Rama Vegetal (PRV). En ambos casos, los porcentajes fueron muy superiores a de 2020.

La producción total de cereales (trigo, cebada, avena, centeno, triticale, maíz, sorgo, arroz y otros cereales minoritarios) se elevó a algo más de 25 millones de toneladas, un volumen inferior al del año anterior en el que la cosecha se disparó.

España es un país netamente importador de cereales. En la campaña de comercialización 2020/2021 (del 1 julio al 30 de junio) se importaron, según los datos del Ministerio de Agricultura, más de 13,43 millones de toneladas de cereales, mientras que en la campaña 2021/2022 se estima que las importaciones rondarán los 14 millones de toneladas, con unas exportaciones de 954.000 toneladas.

## CEREALES EN LA UNIÓN EUROPEA

En la Unión Europea, el sector del cereal 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.

El valor generado por estas producciones en la Unión Europea supera los 63.800 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 supone cerca del 15%.

La cosecha comunitaria de cereales (sin incluir el arroz) en 2021 se situó en 295,92 millones de toneladas, un 4,2% más que en la campaña anterior, según datos de la Comisión Europea.

La superficie cultivada esa campaña ascendió a 52,3 millones de hectáreas (algo menos que en la campaña 2019) y los rendimientos medios a 5,37 toneladas por hectárea (en la campaña precedente fueron 5,58 toneladas por hectárea de media, según datos de la Comisión).

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



Casi dos tercios de los cereales de la UE se utilizan para la alimentación animal y algo más de un tercio para 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. Según datos de la Comisión Europea, en la campaña 2020/2021 se superaron los 2.250 millones de toneladas, mientras que en la campaña 2021/2022 se espera superar ese volumen.

La FAO estimó que la producción mundial de cereales en la campaña 2021 (incluido el arroz) ascendió a 2.800,8 millones de toneladas, un 3,2% más 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 91% de toda la cosecha.

En 2021 la producción total de cebada se situó en unos 9 millones de toneladas, un volumen inferior en un 18% a la cosecha de 2020. La producción de 2 carreras casi llegó a 8,17 millones de toneladas (en la campaña precedente se cosecharon más de 9,8 millones).

Respecto al comercio exterior, se importaron 263.800 toneladas en la campaña 2020/2021, frente a unas exportaciones de 400.800 toneladas. Según los datos del Ministerio de Agricultura, para la campaña 2021/2022 se estiman unas compras de 600.000 toneladas frente a unas ventas exteriores de 200.000 toneladas.

### CEBADA EN LA UE

Al igual que sucedió en España, la producción de cebada en la Unión Europea (UE) se redujo en 2021 hasta rondar los 52,4 millones de toneladas, un 4% por debajo de la cosecha del año anterior.

De toda la cebada que se produce en la Unión Europea, cerca del 50% corresponde a la producción de cebada de dos carreras (*spring barley*). En 2021, el país comunitario con mayor producción fue Francia, con 11,6 millones de toneladas, seguido de Alema-

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

	2018	2019	2020	2021
MUNDO	139,6	158,37	159,4	145,1
RUSIA	16,7	19,9	20,6	17,5
UE	49,9	55,5	54,42	52,4
ESPAÑA	9,1	7,3	10,9	8,9

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	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
ANDALUCÍA	136	89,7	255,68	169,94	391,68	259,64
ARAGÓN	30,6	41,6	1.743	1.490,99	1.773,76	1.532,59
BALEARES	16,9	16,25	11,3	11	28,2	27,25
CANARIAS	0	0	0,12	0,12	0,12	0,12
CANTABRIA	0	0	0,34	0,34	0,34	0,34
CASTILLA-LA MANCHA	518,44	414,44	2.366,65	2.032,55	2.885,09	2.446,99
CASTILLA Y LEÓN	284,3	180,7	3.829,2	2.958,53	4.113,5	3.139,23
CATALUÑA	5,1	5,3	781,04	766,4	786,14	771,7
COMUNIDAD VALENCIANA	25,5	26,3	14,31	14,89	39,81	41,19
EXTREMADURA	0	0	157,14	126,4	157,14	126,4
GALICIA	0	0	1,4	2,8	1,4	2,8
LA RIOJA	0	0	105,7	74	105,7	74
MADRID	2,47	3	127,07	151,74	129,54	154,74
MURCIA	32,16	11,6	40,5	24,2	72,66	35,8
NAVARRA	0	0	334,38	264,61	334,38	264,61
PAÍS VASCO	0	0	114,77	90,56	114,77	90,56
ESPAÑA	1.074,16	788,97	9.881,6	8.179,9	10.955,8	8.967,96

FUENTE: MAPA

nia (10,5 millones de toneladas, que tuvo una cosecha muy mala).

La campaña 2021 fue la segunda en la que ya no se contabilizó la producción del Reino Unido dentro de la UE.

Por su lado, la producción mundial también disminuyó en 2021 y se situó en cerca de 145 millones

de toneladas, según estimaciones de la oficina de Agricultura del gobierno norteamericano (USDA, en sus siglas en inglés). La FAO (organismo de Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación) estimó una producción mundial de cebada un poco más baja para 2021: 144,1 millones de toneladas. El 58% de la cosecha correspondió a la UE y son también importantes en producción de cebada Rusia y Ucrania. ■

## TRIGO

Al igual que un año antes, la cosecha nacional de trigo en 2021 fue muy buena. En concreto, se cosecharon en torno a los 8,3 millones de toneladas (un 6% más que un año antes), de las que 7,5 millones correspondieron a la producción de trigo blando y el resto a la de duro.

La región con mayor producción fue Castilla y León (el 46,8% en 2021), seguida muy de lejos por Aragón, Castilla-La Mancha y Andalucía.

El trigo duro proporciona menos rendimientos por hectárea que el blando, porque es más rústico y tiene utili-

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

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

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

### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE TRIGO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Miles de toneladas	TRIGO BLANDO		TRIGO DURO		TRIGO TOTAL	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
CC.AA						
ANDALUCÍA	452,76	386	574,34	491	1027,1	877
ARAGÓN	607,34	830,11	176	210,3	783,34	1.040,41
ASTURIAS	0,1	0,1	0	0	0,1	0,1
BALEARES	10,5	10,2	0	0	10,5	10,2
CANARIAS	0,22	0,22	0	0	0,22	0,22
CANTABRIA	1,2	2,16	0	0	1,2	2,16
CASTILLA-LA MANCHA	918,23	915,17	9,57	14,4	927,8	929,57
CASTILLA Y LEÓN	3.561,61	3.880,5	7,9	6,15	3.569,51	3.886,65
CATALUÑA	431,7	532	1,12	1,44	432,82	533,44
COMUNIDAD VALENCIANA	13,1	14,7	0,65	0,88	13,75	15,58
EXTREMADURA	211,3	190	15,3	16,4	226,6	206,4
GALICIA	36,02	27,6	0,05	0,2	36,07	27,8
LA RIOJA	148,13	140	0,17	0,04	148,3	140,04
MADRID	51,26	51,82	0,5	1,4	51,76	53,22
MURCIA	26,77	17,33	0,33	0,609	27,1	17,939
NAVARRA	416,9	414,9	1,3	0,95	418,2	415,85
PAÍS VASCO	142,3	144,87	0	0	142,3	144,87
ESPAÑA	7.029,4	7.559	787,45	743,83	7.817,1	8.303,5

FUENTE: MAPA

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

Respecto al comercio exterior, en la campaña 2020/2021 se importaron 3,58 millones de toneladas y se exportaron 565.100 toneladas, según datos del MAPA. Para la campaña 2021/2022 (de julio a junio) la exportación quedó en cerca de 480.000 toneladas, mientras que las importaciones sumaron 4,2 millones de toneladas. El grueso de las compras (96%) fueron de trigo blando.

## TRIGO COMUNITARIO

En cuanto a la Unión Europea, la producción de trigo total (duro y blando) en 2021 fue de 138,8 millones de toneladas, un 10% más que el año anterior (ya no está incluida la cosecha británica desde la campaña 2019). 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 36,3 millones de toneladas en 2021, seguido de Alemania (22,6 millones de toneladas).

Sin embargo, en trigo duro -que es el cereal que se utiliza para elaborar la famosa pasta- destaca Italia, con 3,87 millones de toneladas en 2021, un volumen que supuso más de la mitad de la cosecha comunitaria.

A nivel mundial, la producción de trigo de 2021 fue finalmente buena (se cosechó un 0,5% más que en 2020, que fue un año muy bueno en producción), pues se superaron las 779.290 toneladas, gracias a la mayor cosecha europea. Estados Unidos produjo en 2021 unas 44,8 millones de toneladas de trigo, un volumen inferior al de un año anterior, según datos del gobierno norteamericano (USDA). Por su lado, la FAO estimó una producción mundial de trigo por debajo del USDA: 776,8 millones de toneladas, unos 20 millones por encima de la producción de la anterior campaña. ■

# 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 2021 aumentó hasta los 4,4 millones de toneladas, un 5% más que en el año anterior. La región más productora es Castilla y León, con el 36,2% del total cosechado en 2021. Aragón y Cataluña son las siguientes regiones con más producción, aunque a mucha distancia de la primera.

España importó en la campaña 2021/22 un total de 8,5 millones de toneladas, mientras que exportó unas 200.000 toneladas, prácticamente los mismos volúmenes que en la campaña 2020/21.

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

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

CC.AA	2020	2021
ANDALUCÍA	110,6	93,87
ARAGÓN	1.048,8	1.026,42
ASTURIAS	1,2	1
BALEARES	0,6	0,6
CANARIAS	1,2	1,2
CASTILLA-LA MANCHA	199,14	244
CASTILLA Y LEÓN	1.483,4	1.629,86
CATALUÑA	475,7	482,39
COMUNIDAD VALENCIANA	3,2	3,18
EXTREMADURA	546,2	572
GALICIA	96	108,4
LA RIOJA	4,8	4
MADRID	57	53,1
MURCIA	2	2
NAVARRA	183,4	192,8
PAÍS VASCO	0,6	0,55
ESPAÑA	4.214,1	4.415,4

FUENTE: MAPA

## MAÍZ EN LA UE Y EN EL MUNDO

Por su parte, en la Unión Europea la producción aumentó un 6% en 2021 hasta los 72,6 millones de toneladas. Hay que tener en cuenta también que en la cosecha comunitaria de 2021 no se incluye ya el dato de la producción británica.

A nivel comunitario, el principal país comunitario productor de maíz en 2021 fue Francia (13,6 millones de toneladas en 2021), seguido de Rumanía con 12,4 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.

En 2021, según datos del USDA la producción mundial de maíz se elevó por encima de los 1.215,6 millones de toneladas, un volumen superior en un 8% al producido en el año precedente, que fue también

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

	2018	2019	2020	2021
MUNDO	1.078,0	1.122,7	1.129	1.215,62
EE.UU	364,26	345,96	358,44	383,94
UE	69,3	70,4	68,25	72,56
ESPAÑA	3,8	4,1	4,2	4,4

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA

bueno en cuanto a cosecha se refiere. Por su lado, la FAO estimó una cosecha mundial por debajo del USDA (1.206,7 millones de toneladas), pero muy superior a la del año 2020.

Estados Unidos es el principal productor del mundo, con algo más de 383 millones de toneladas cosechadas en el año 2021, un 7% más que en el año anterior. El segundo país con mayor producción del mundo 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% aproximadamente). ■

## 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 en China el país en el que comenzó 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.

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

	2018	2019	2020	2021
MUNDO	498,22	499,06	509,31	512,86
EE.UU	7,1	5,9	7,2	6
CHINA	148,5	146,7	148,3	149
UE	1,62	1,68	1,59	1,68
ESPAÑA	0,48	0,41	0,42	0,36

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA

## ARROZ EN ESPAÑA

A nivel nacional, la producción en el año 2021 fue de 632.500 toneladas de arroz cáscara, un volumen inferior en un 15% con respecto al año anterior, que también fue mala en producción.

Andalucía, con el 29,6% de la producción, y Extremadura con el 24,4% fueron las dos principales regiones productoras de España en 2021. Sin embargo, el cultivo también es importante en Valencia, Cataluña y

Aragón. Igualmente, está presente en Navarra, Murcia, Castilla La-Mancha, La Rioja y Baleares.

De todo el arroz cultivado en España en 2021, el japonica (más conocido como arroz redondo), representó el 58% del total, mientras que el tipo indica (arroz largo) supuso el 42% restantes. Es de destacar que en los últimos años el arroz japonica ha ido perdiendo peso a favor del indica y también que los rendimientos por hectárea se han incrementado.

En cuanto al comercio exterior, en 2021 se exportaron 234.200 toneladas de arroz, un 23% menos que un año antes (no son datos de campaña, sino del año natural), por un valor de 160 millones de euros, según datos de Comercio.

Por su lado, en 2021 se importaron 234.200 toneladas, un 7% más que un año antes, por un valor de 153,8 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 2021 se situó en 1,68 millones de toneladas (arroz grano), un volumen superior en un 5,7% 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 japonica 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 indica, como el basmati de la India y Pakistán. Una pequeña cantidad de arroz europeo -sobre todo japonica- 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 incremento (0,7%). En total, la producción mundial de arroz en

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

CC.AA	2020	2021
ANDALUCÍA	305,40	186,98
ARAGÓN	24,3	22,1
BALEARES	0,09	0,09
CASTILLA-LA MANCHA	0,5	0,4
CATALUÑA	136	136,3
COMUNIDAD VALENCIANA	114,8	116,9
EXTREMADURA	151,6	154
MURCIA	1,9	2,1
NAVARRA	12,9	13,6
OTRAS CCAA	0,3	0,1
ESPAÑA	747,8	632,5

FUENTE: MAPA

grano ascendió a 512,8 millones de toneladas, según datos del Gobierno de Estados Unidos y 520,8 millones, de acuerdo con la FAO.

China, con cerca de 149 millones de toneladas de arroz grano en 2021, un 0,5% más que en 2020, volvió a ser el primer país productor del mundo seguida de India, Indonesia, Bangladés, Vietnam, Tailandia, Filipinas, Brasil, Japón y Estados Unidos, cuya producción se situó en 6 millones de toneladas, un 16,7% 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.

Según los datos del organismo para la agricultura y la alimentación de Naciones Unidas (FAO), la producción mundial de sorgo en 2021 llegó hasta los 60,6 millones de toneladas, un volumen superior al de 2020. 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 2021 cosecharon hasta 11,4 millones de toneladas).

Por su lado, la Unión Europea no llega al millón de toneladas anuales de producción de sorgo. En cuanto a España, en 2021 se produjeron 18.900 toneladas de sorgo (cereal de siembras de primavera). La producción resultó notablemente inferior a la del año precedente, como ya ocurrió también en 2020.

### 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 del organismo para la agricultura y la alimentación de Naciones Unidas (FAO), la producción de cereales secundarios (mijo, avena, centeno y otros) alcanzó en 2021 un volumen superior a los 91,7 millones de toneladas, que a su vez representó una caída del 5,3% con respecto a la producción del año anterior. El grueso de toda esa producción estaba en Europa (44,4 millones de toneladas en total, en 2021).

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. En general, para todos estos cereales secundarios la campaña de 2021 resultó negativa

La producción española de centeno alcanzó en 2021 las 301.500 toneladas, un 23% menos que en la cam-

paña 2020. Igualmente, la cosecha nacional de avena disminuyó un 9% hasta los 1,29 millones de toneladas. A pesar de que la producción se había disparado en 2020.

El triticale es un cereal que en la última década se ha desarrollado especialmente en España. En 2021 se produjeron 783.500 toneladas, un 4% más que en 2020 cuando la cosecha creció de manera considerable.

### CEREALES SECUNDARIOS EN LA UE

En la Unión Europea existen también producciones minoritarias de cereal que en 2021 aportaron 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 8n millones de toneladas, muy por encima de la del año anterior, y la de avena con 7,6 millones de toneladas (más de un millón de toneladas por encima de la del año pasado). Por su lado, la producción de triticale se recuperó de nuevo en 2021 y quedó en torno a los 11,8 millones de toneladas.

Además, la UE cuenta también con una pequeña producción de sorgo (algo más de 830.000 toneladas) y de otros cereales (4,6 millones de toneladas en 2020).

### USOS DE CEREAL

El consumo interno de cereales ronda al año los 37 millones de toneladas y dependiendo de la cosecha y 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 pasta.

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

**T**ras el boom del consumo en el hogar de harinas en 2020, el año 2021 fue para el sector harinero un ejercicio mucho más tranquilo, de vuelta a los valores considerados normales.

La producción española de harina de trigo superó los 3,5 millones de toneladas en 2021, un volumen superior al del año pasado en un 1,1 %, según los datos publicados en la Encuesta Industrial de Productos del INE. Esta producción alcanzó un valor de 1.100 millones de euros, también muy por encima del monto de un año antes. De la producción total, 3,3 millones de toneladas eran harinas de trigo y el resto de otros cereales.

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, en el capítulo de la harina industrial de la encuesta del INE también aparece la producción de harinas de sémola de legumbres y otros frutos como mandioca y boniato (14.681 toneladas en 2021, menos que en 2020) y mezclas de pasta para la elaboración de productos de panadería (77.909 toneladas, muy por encima de un año antes).

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

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

De acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), al comenzar 2021 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 110 empresas, de las cuales el 98% son harineras y el resto semoleras.

El sector está integrado en casi su totalidad por pequeñas y medianas empresas de carácter familiar, en segunda, tercera y hasta cuarta generación, según datos de la Asociación de Fabricantes de Harinas y Sémolas de España (AFHS).

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HARINAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Harinera Vilafranquina, S.A. *	357,08
Grupo Harántico	300
Grupo Harinera La Meta, S.A	126,3
Harineras Villamayor, S.A.	73
Harinera Arandina, S.A.	54,31
Agri-Energía, S.A.*	42,12
Antonio Cano e Hijos, S.A. *	35,76
Harinas Polo, S.A	23
Harinas Torija	22,8
Emilio Esteban S.A (EMESA)	22

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones

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 más importante del sector (que engloba otras actividades) registró en 2021 unas ventas de 357 millones de euros, mientras que el segundo llegó a los 300 millones de euros y el tercero ronda los 126 millones de euros de facturación.

El resto de las 10 primeras empresas del sector contaban en 2021 con facturaciones que iban de los 73 a los 22 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 2021. En total, se importaron 226.486 toneladas de harinas de trigo y otros cereales, y se exportaron 121.385 toneladas, según los datos de Comercio. En relación con el año anterior, se produjo una caída de las exportaciones del 13,8% y un descenso de las importaciones del 18,7%.

Tanto en compras como en ventas destacó la partida de harina de trigo (102.888 toneladas importadas y 109.482 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, del Magreb y Oriente Medio, seguidos por Francia y Portugal. ■

## PAN

El sector del pan volvió a tener en 2021 un buen año por el aumento de la producción y el consumo, pese a los cierres parciales en el canal HORECA.

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos, que cada año publica el Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción industrial de pan en España alcanzó los 1,92 millones de toneladas, un 17% más que en el año anterior. De esa producción total, 1,69 millones de toneladas eran pan fresco en sus diversas formas y el resto, pan fresco de molde.

Además de pan fresco (de molde o no), también hay una importante producción de pan de larga duración. En 2021, los datos del INE constatan un total de 28.004 toneladas de colines (algo menos que en 2020), por un valor de 63,7 millones de euros; 118.835 toneladas de pan tostado o similar (más que un año antes), por un valor de 217 millones de euros; 82.825 toneladas de pan rallado (más que un año antes) y 336 toneladas de pan crujiente tipo Knäckebrot.

En 2019 entró en vigor la nueva 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 la cantidad de sal que se puede emplear para elaborar el pan.

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

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Cerealto SIRO Foods *	380
Grupo Bimbo *	485
Productos Dulcesol *	278
Monbake Grupo Empresarial. S.A.U	294
Pepsico Foods, A.I.E. *	160
Grefusa, S.L. *	112
Anitin Panes Especiales, S.L. *	60
Brioche Pasquier Recondo, S.L. *	46,37
Panadería Milagros Díaz. S.L	40,5
Pimad, S.A.	39

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones





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

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 en 2021 ascendió a 716.000 toneladas, un 6,7% más que un año antes. El valor de esa partida llegó hasta cerca de los 783 millones de euros, frente a los 715 millones del año anterior. Además de masa congelada de pan, los asociados de ASEMAC también produjeron en 2021 un total de 187.011 toneladas de masas de pastelería, un 21,4% 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%).

Aunque todavía tienen una importancia reducida, en los últimos años 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 10.300 empresas, de las que sólo un 5% genera más de 20 puestos de trabajo.

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

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE MASAS CONGELADAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Europastry, S.A. *	865
Panamar Bakery Group, S.L	338
Monbake Grupo Empresarial, S.A.U	294
Grupo Gourmet Okin	44
Patisart S.A (Grupo)	78
Aryzta Bakeries Iberia	20,44
Atrian Bakers (Grupo)	36,41
CSM Iberia, S.A (Baker & Baker)	35
Panificadora de Alcalá	53,23
Panalcor	16

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones

El primer fabricante y distribuidor de productos de panadería fresca y seca facturó en 2021 por encima de los 485 millones de euros, mientras que el segundo grupo lo hacía por un valor de 380 millones y el tercero, por 278 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 2021 un 9,4% en su conjunto, sobre el año 2020. Estas empresas facturaron 782.660.000 euros, según las mismas fuentes. ■



## CONSUMO Y GASTO EN PAN

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 1.391,8 millones de kilos de pan y gastaron 3.289,5 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita se llegó a 30,1 kilos de consumo y 71,1 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al pan fresco y congelado (23,8 kilos por persona y año) y, principalmente, al pan fresco normal, con 20,7 kilos per cápita. En tér-

minos de gasto, el pan fresco y congelado concentra el 75,1% del gasto y resulta significativa la participación del pan fresco normal (46,5 euros). Por su parte, el pan industrial representa un consumo en los hogares españoles de 6,3 kilos por persona, y destaca, dentro de esta familia de productos, el pan industrial fresco (4,4 kilos per cápita). En cuanto al gasto, el pan industrial concentra el 24,9% restante y de nuevo destaca la participación del pan industrial fresco (14,2% del gasto).

CONSUMO Y GASTO EN PAN DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PAN	1.391,8	30,1	3.289,5	71,1
PAN FRESCO Y CONGELADO	1.100,0	23,8	2.470,7	53,4
PAN FRESCO INTEGRAL	141,7	3,1	317,4	6,9
PAN FRESCO NORMAL	958,3	20,7	2.153,3	46,5
PAN INDUSTRIAL	291,9	6,3	818,7	17,7
PAN INDUSTRIAL FRESCO	204,8	4,4	468,3	10,1
PAN INDUSTRIAL INTEGRAL	22,1	0,5	55,1	1,2
PAN INDUSTRIAL NORMAL	148,1	3,2	317,5	6,9
PAN INDUSTRIAL SIN CORTEZA	34,6	0,7	95,7	2,1
PAN INDUSTRIAL ENRIQUECIDO	79,0	1,7	199,0	4,3
PAN INDUSTRIAL SECO	87,0	1,9	350,5	7,6



## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

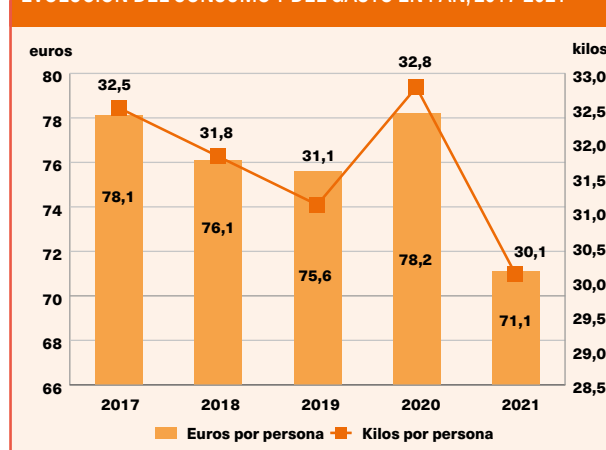
En términos per cápita, el consumo de pan durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- 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, Galicia, 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

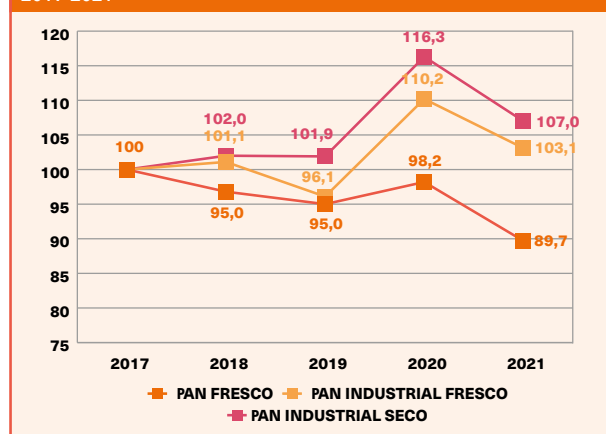
Durante los últimos cinco años, el consumo de pan estaba disminuyendo aunque se advierte un repunte por los efectos del COVID-19 en el año 2020. Sin embargo, en el año 2021 vuelve a producirse un reajuste a la baja con una reducción del consumo y del gasto (ha caído 2,7 kilos por persona y el gasto ha descendido 7,1 euros per cápita). En el periodo 2017-2021, el consumo y el gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2020 (32,8 kilos y 78,2 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PAN, 2017-2021

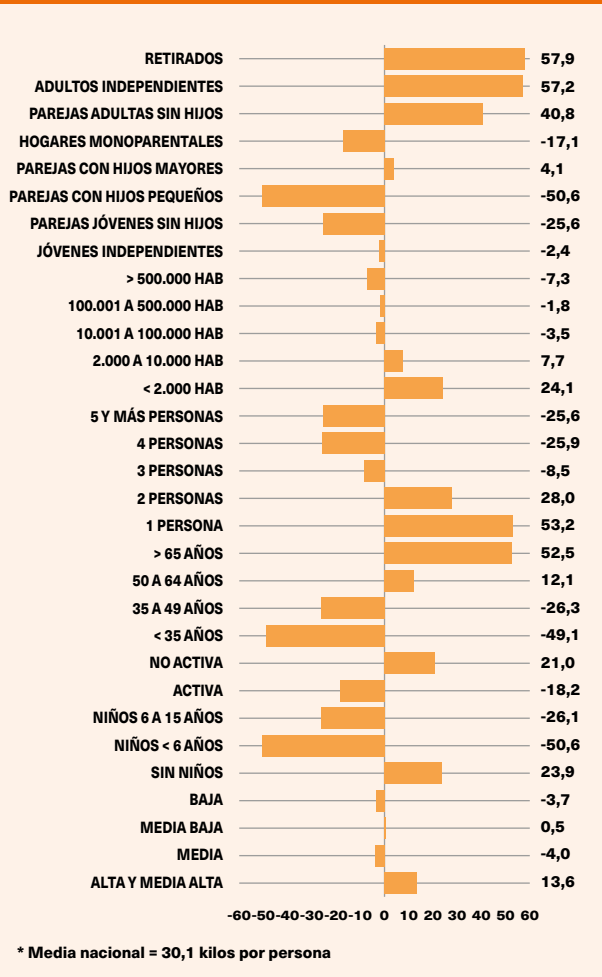


En la familia de pan, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido bastante pareja entre los diferentes tipos de producto. Respecto a la demanda de 2017, el consumo de pan industrial fresco y pan industrial seco aumenta mientras que, por el contrario, en el pan fresco se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PAN (2017=100), 2017-2021



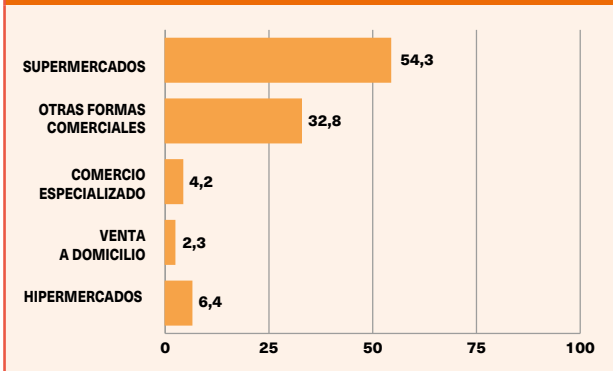
**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PAN EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\***



**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pan a los supermercados (54,3% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 32,8% y el hipermercado llega al 6,4%. La venta a domicilio de pan supone un 2,3% sobre el total y el resto de canales concentran un 4,2% de la cuota de venta global. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PAN POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



**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



**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 80 hornos elaboradores y unos 350 puntos de venta que comercializan más de 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



**E**l sector de la producción industrial de galletas registró en 2021 un moderado descenso, tras los buenos resultados del año anterior.

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 2021 un volumen cercano a las 536.788 toneladas, un 1% menos que en el año anterior, por un valor de 1.091 millones de euros.

De la producción total de galletas, el grueso tanto en valor como en volumen fueron los dulces sin cobertura de cacao. En 2021 la producción de estas galletas disminuyó un 6,9%, hasta las 306.208 toneladas, por un valor de 582,6 millones de euros.

El grupo de galletas cubiertas con cacao fue el segundo en importancia (200.262 toneladas) y además experimentó un crecimiento en volumen respecto al año anterior.

El tercer grupo de productos en este sector fue el de barquillos, gofres y obleas de distintos tipos, que sumaron 30.318 toneladas.

Según los datos de la Asociación Española del Dulce (Produlce) la principal partida en valor que se comercializa en el mercado nacional es la de galletas de merienda, con un porcentaje que ronda el 28% del total, seguidas muy de cerca por las galletas de desayuno familiar (19,7%); las de salud (19,8%) y las de desayuno infantil (11,2%). A continuación, se sitúan las especialidades de adultos (10,9%), las saladas (5,3%) y los surtidos (5,2%).

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

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

En el sector conviven empresas de ámbito global y marcas reconocidas en todo el mundo, con una variada oferta de obradores con pequeñas producciones y en muchos casos, con productos emblemáticos. La concentración y la fuerte penetración de capitales internacionales constituyen los dos rasgos más característicos del sector empresarial de las galletas.

El grupo más importante del sector registró en 2021 unas ventas de 420 millones de euros, por debajo del año precedente. El segundo grupo facturó 363 y el tercero 570 millones de euros, pero buena parte de este monto no procedió del negocio galletero.

En cuarta posición en cuanto a facturación se situó otro gran grupo con gran tradición galletera, que facturó cerca de 380 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 45 millones de euros a los 1,5 millones.

Por su lado, las empresas galleteras integradas en la asociación Produlce facturaron en 2021 un total de 1.381 millones de euros, con una producción de 487.000 toneladas. La facturación anual fue inferior a la del año anterior (0,6%), pero el volumen fue superior.

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

Las marcas de distribución (MDD) han adquirido una gran importancia en este mercado, especialmente en segmentos como el de las galletas de desayuno donde ya representan el 60% de la cuota. En el caso de las especialidades, los porcentajes de cuota de mercado que tienen las MDD son notablemente más bajos.

## COMERCIO EXTERIOR

El sector de la galleta consiguió muy buenos resultados exteriores en el año 2021. Según los datos de Produlce, las empresas asociadas aumentaron sus exportaciones un 15,4% en valor y un 12,2% en volumen. El valor de las ventas llegó a 443,3 millones de euros y las galletas fueron el segundo producto que más exportó dentro del sector del dulce, por detrás del cacao y el chocolate (representó el 27,9% de las exportaciones

totales). La buena marcha de las exportaciones hizo posible que el sector cerrara el ejercicio con un resultado positivo.

Según los datos de Produlce, uno de cada dos kilos de galletas producidas en España se exporta y entre los mercados principales destaca Europa, con países como Portugal y Francia a la cabeza. En 2021 también fueron importantes las ventas a Italia y a Marruecos, que aumentaron con respecto al año anterior. Todo lo contrario sucedió con las ventas a Reino Unido, que se convirtió en el quinto destino tras caer las ventas un 8,9%.

En cuanto al tipo de galletas que se exporta, las que más se vendieron en volumen fueron las de desayuno familiar (33%), seguidas de las de desayuno infantil (20,7%) y las de merienda (19,6%). Las que menos se vendieron fueron las surtidas.

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.

Las importaciones son mucho menos importantes que las exportaciones. En 2021 se situaron, según Produlce, en unas 84.400 toneladas, (casi 10.000 más que en 2020), por un valor de 237 millones de euros (11% más).

La caída de las importaciones en 2021 provocó asimismo que mejorara la balanza comercial del sector.

Los principales proveedores de España son países de Europa, entre los que sobresalen Alemania, Italia, Francia y Polonia. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS GALLETAS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Galletas Gullón, S.A, Grupo	419
Grupo Adam Foods, S.L (Cuétara, Artiach, etc.)*	363,77
Mondelez España Grupo *	570
Cerealto Siro Foods, S.L*	380
Arluy, S.A (*)	45
La Flor Burgalesa, S.L	24,92
Quely, S.A	16,5
Nutrition & Santé Iberia, S.L (*)	85
Dicarcono, S.L	10,95
Natural Biscuit	1,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones



# PASTELERÍA INDUSTRIAL

La producción de pastelería y bollería industrial tuvo un buen año en 2021, 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 21,4% hasta alcanzar 187.011 toneladas.

El consumo de bollería y pastelería industrial aumentó ligeramente en los hogares españoles (0,8%) en 2021, según los datos del Panel de Consumo del Ministerio de Agricultura. El volumen consumido de estos productos representó el 1% de la cesta de la compra de los hogares y el consumo per cápita se situó en 6,24 kilos por persona.

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 facturaron en 2021 un total de 1.007,4 millones de euros, un 2,9% más que en el año anterior.

Por su lado, las empresas asociadas a ASEMAC en el subsector de la pastelería facturaron 521,13 millones de euros en 2021, un 24,4% más que en 2020. 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 2021 superior a los 405 millones de euros, de los cuales el 78% procedería de la pastelería industrial.

La segunda empresa productora de este tipo de pastelería llegó a 485 millones de facturación, su 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 380 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 54% 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.).

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PASTELERÍA Y BOLLERÍA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Vicky Foods Products (*)	405
Bimbo Donuts Iberia, S.A.U. *	485
Cerealto SIRO Foods, S.L. (*)	380
Dulca, S.L	26
Granja San Francisco, S.L. *	24,75
Codan, S.A.	24
López Food Group (Dulmatesa)(*)	20
El Pequeño Molino (*)	20
El Quiteriano	16,5
Grupo Inés Rosales	15,3

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021 \*Incluye la facturación de otras producciones

Sin embargo, en 2021 las exportaciones crecieron de nuevo. Según los datos de Produlce, en valor las ventas aumentaron un 15,5% hasta los 113,9 millones de euros, mientras que en volumen lo hicieron un 11,3% hasta las 49.200 toneladas. Hay que tener en cuenta que estos datos corresponden a las empresas asociadas a Produlce.

El grueso de las ventas tiene lugar en el continente europeo. Por países, el primer destino fue un año más Portugal, seguido de Reino Unido, Francia, Polonia y Marruecos, donde la facturación aumentó un 70% con respecto al año anterior, según los datos de Produlce.

Por su lado, las importaciones alcanzaron en 2021 un valor de 102 millones de euros, con un volumen de 29.100 toneladas. Con relación al año anterior, se produjo una subida del 15,3% en valor y del 10% en volumen.

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

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 638,5 millones de kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales, y gastaron 3.035,7 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 13,8 kilos de consumo y 65,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la bollería y pastelería (6,2 kilos por persona y año), seguido de las galletas (5,2 kilos per cápita) y de los cereales (1,6 kilos per cápita). En términos de gasto, la bollería y pastelería concentra el 50,1%, con un total de 32,9 euros por persona, las galletas el 29,1% con un total de 19,1 euros por persona, y los cereales, con un porcentaje del 9,6% y 6,3 euros por persona.



### CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	638,5	13,8	3.035,7	65,6
BOLLERÍA Y PASTELERÍA	288,8	6,2	1.522,5	32,9
BOLLERÍA Y PASTELERÍA ENVASADA	216,2	4,7	1.034,9	22,4
BOLLERÍA Y PASTELERÍA A GRANEL	72,7	1,6	487,6	10,5
GALLETAS	238,4	5,2	885,5	19,1
GALLETAS ENVASADAS	237,6	5,1	878,9	19,0
GALLETAS SALADAS	11,5	0,2	49,9	1,1
GALLETAS DULCES	226,2	4,9	828,9	17,9
GALLETAS GRANEL	0,8	0,0	6,7	0,1
CEREALES	76,2	1,6	293,3	6,3
CON FIBRA	24,7	0,5	90,7	2,0
PRODUCTOS NAVIDEÑOS	34,9	0,8	334,3	7,2

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

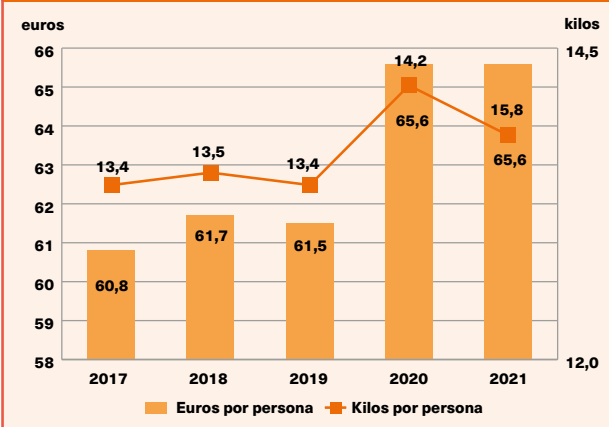
En términos per cápita, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- 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, hogares monoparentales y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y entre las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Baleares, Cantabria 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

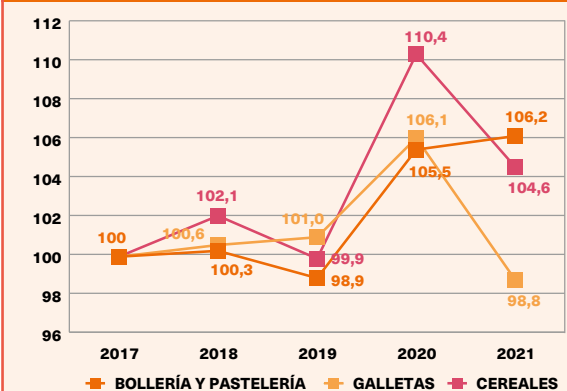
Durante los últimos cinco años, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales se estaba minorando pero se ha producido un repunte en el año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 que, además, se ha mantenido durante el año 2021, sobre todo en el volumen de gasto. En el periodo 2017-2021, 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 los años 2020 y 2021 con 65,6 euros por consumidor.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES, 2017-2021

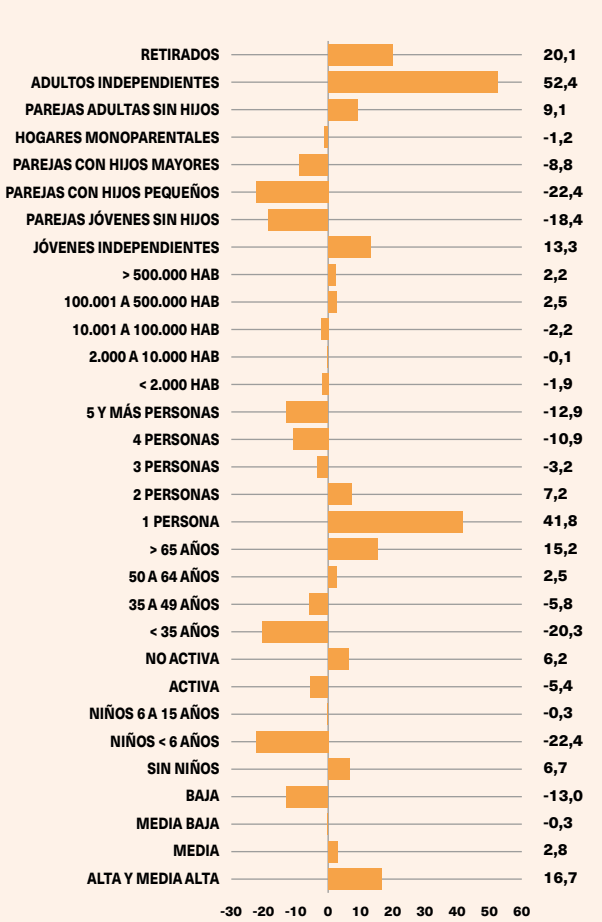


En la familia de bollería, pastelería, galletas y cereales, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido bastante parecido en todos los tipos de producto (la excepción está en bollería y pastelería). Respecto a la demanda de 2017, el consumo de bollería y pastelería y cereales crece mientras que desciende ligeramente en el caso de galletas.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES (2017=100), 2017-2021



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

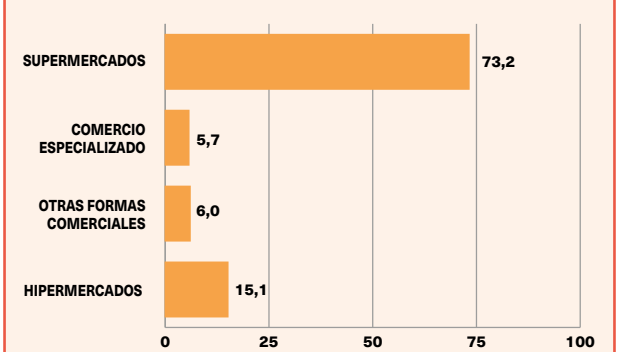


\* Media nacional = 13,8 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de bollería, pastelería, galletas y cereales a los supermercados (73,2% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 15,1%, mientras que el establecimiento especializado concentra el 5,7%. Las otras formas comerciales acaparan el 6,0% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BOLLERÍA, PASTERÍA, GALLETAS Y CEREALES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021



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

### ANDALUCÍA

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

ALFAJOR DE MEDINA SIDONIA \*

MANTECADOS DE ESTEPA \*

### ARAGÓN

#### MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

ALMENDRADOS

ALMOJABANAS

CARQUIÑOLES

COC DE FRAGA

FLORENTINA

FRUTAS DE ARAGÓN

GUIRLACHE

MANTECADOS DEL MAESTRAZGO

PASTEL RUSO

PIEDRECICAS DEL CALVARIO

TORTA DE Balsa

TORTAS DE ALMA

TORTAS DE MANTECA FLORENTINA

TRENZA DE ALMUDÉVAR

### BALEARES

#### INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ENSAIMADA DE MALLORCA \*



### CANTABRIA

#### INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

SOBAO PASIEGO \*

### CASTILLA Y LEÓN

#### INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

MANTECADAS DE ASTORGA \*

#### MARCAS DE GARANTÍA

HORNAZO DE SALAMANCA

TORTA ARANDA

### CATALUÑA

#### MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA "Q"

BOMBONES DE CHOCOLATE

GALETES (GALLETAS)

### COMUNIDAD VALENCIANA

#### MARCAS DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

ALAJÚ

PERUSA

TORTA DE GAZPACHO

TORTA DE PENJAR

### LA RIOJA

#### REGISTRADO Y CERTIFICADO

GALLETAS

\* Inscrita en el Registro de la UE

## Alfajor de Medina Sidonia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

**CARACTERÍSTICAS:** Se elabora exclusivamente utilizando

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

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

## Ensaimada de Mallorca

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

**CARACTERÍSTICAS:** La Ensaimada de Mallorca es un producto de masa 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 6 pastelerías que fabrican Mantecadas de Astorga. La producción anual se sitúa en 325.000 docenas, destinadas en su totalidad al mercado interior.

## Sobao Pasiego

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

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

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

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

# CEREALES PARA EL DESAYUNO



Como era de esperar, el sector de los cereales de desayuno en 2021 registró una caída importante del consumo, tras los buenos resultados del año precedente en el que la pandemia y el confinamiento hicieron que aumentara su demanda.

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.

Precisamente, al igual que en un año antes, en 2021 volvió a crecer el consumo de cereales con fibra (un 5,4% en volumen), siendo en este año el único tipo de cereales de desayuno con resultados positivos en cuanto al consumo doméstico.

Los canales preferidos para comprar cereales de desayuno fueron los supermercados y los autoservicios, con una cuota de hasta el 57%.

Las regiones donde más cereales para el desayuno se consumieron en los hogares fueron Canarias, Baleares, Madrid y Galicia, mientras que las que menos consumieron resultaron ser Extremadura y Asturias.

En los últimos años, los cereales destinados al público adulto son los más demandados, y acaparan el 60% de todas las ventas. A continuación aparecen los cereales

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CEREALES PARA DESAYUNO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Cerealto Siro Foods, S.L.*	380
Hero España, S.A.*	180
Kellogg España, S.L.*	140
Artenay Cereales SA (Grupo Delaviuda) (1)	40
Cereal Partners España, A.E.I.E.	32
Harivenasa S.L	33,24
Emilio Esteban. S.A Emesa	22
Comercial Masoliver, S.A.*	22,94
Weetabix Ibérica, S.L.	13,29
Esgir, S.L.	3,3

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones. (1) Estimación

infantiles, con una cuota del 35% y los cereales familiares, que representan el restante 5%.

Al tratarse de un grupo tan heterogéneo, no existen datos concretos sobre la producción nacional de cereales de desayuno. En la Encuesta Industrial de Productos que publica anualmente el INE se estima que en 2021 se produjeron por ejemplo, 7.095 toneladas de cereales tipo "muesli", por un valor de 15,6 millones de euros, unas cifras en ambos casos inferiores a las del año anterior.

Asimismo, también se contempla en esta encuesta la producción de cereales trabajados, en formato de copos, etc. Según el INE, se produjeron 106.299 toneladas en 2021.

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

El consumidor se decanta por productos más saludables y las industrias se encuentran inmersos 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.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

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

Desde su creación en el año 1988, Cereal 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 2021 unas ventas totales (que incluyen las aportaciones de otras producciones) superiores a los 380 millones de euros, muy por debajo del nivel del año precedente.

El segundo grupo, relacionado con las mermeladas, llegó hasta casi los 180 millones de euros ese año y el tercero rondó los 140 millones de euros. En estos

dos casos, las facturaciones 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.

No obstante, en 2021 se exportaron 138.561 toneladas de productos a base de cereales, un 1% menos que en el año precedente, según los datos de Comercio. Asimismo, se importaron 79.829 toneladas de estos productos, un 6% menos.

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 resintió en 2021 de la caída del consumo en los hogares y también de la menor afluencia de turistas.

De acuerdo con los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos 2021, que publica el INE, la producción de pastas alimenticias alcanzó en dicho año las 346.555 toneladas, un 8,2% menos que en 2020. En este dato están incluidas solamente las pastas sin relleno.

De la producción total, 7.364 toneladas fueron pastas sin cocer ni rellenar, pero con huevo (mil toneladas más que en 2020) y el resto (339.191 toneladas) fueron las demás pastas. El valor de estas producciones superó los 265 millones de euros.

Tras un año 2020 en el que se incrementó notablemente el consumo de pasta debido a las consecuencias de la pandemia, en 2021 hubo una caída importante en el consumo. ■

## PASTA SECA, PASTA FRESCA

En este sector se distingue claramente entre la pasta fresca y la pasta seca. Según datos de la consultora Kantar, el mercado de la pasta seca registró un descenso tanto en volumen como el valor. Este tipo de producto está muy presente en los hogares y aunque se produjo una mayor presencia de las marcas italianas, 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 espaguetis y de los fideos, que registraron la mayor caída en el consumo con respecto al año anterior. Según la consultora Kantar, la pasta clásica domina el mercado, pero hay una fuerte presencia de otras pastas (colores, laminada, pasta de arroz, rellena, etc.). En este sentido, la pasta infantil registró, según las mismas fuentes, un notable crecimiento en 2021.

Por su lado, 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

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PASTAS ALIMENTICIAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Pastas Gallo,	220
Cerealto Siro Foods, S.L *	380
Oromás, S.A	78,4
P. Alimenticias Romero, S.A	43
Rana Hispania, S.A	41,49
Barilla España, S.L	20,63
Ebro Foods (Pasta Garofalo) (1)	13
Comercial CBG,S.A (*)	25,28
Andrés Megías Mendonza, S.A*	7,3
Delisur Europa S.L	6,2

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones. (1) Estimación sector pasta

en años anteriores, crecieron especialmente las ventas de pasta fresca rellena, que es la más demandada.

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

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Los principales grupos que dominan el mercado español de la pasta fresca son de origen italiano y en este sector, la concentración es muy acusada. El mercado está dominado por algunas 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 2021 cerca de 135.000 toneladas de pasta y facturó unos 220 millones de euros, muy por encima de la cifra del año precedente.

La segunda empresa del sector también incrementó notablemente su facturación hasta los 69 millones de euros; la tercera hasta los 78 millones (en la cifra están incluidas las aportaciones de otras líneas de negocio); la cuarta 40 millones de euros y la quinta 38 millones.

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 2021 un total de 146.049 toneladas de pasta, un 5,8% menos

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 pasta alimenticia de España fuera del mercado comunitario.

En todo caso, los principales destinos de las pastas alimenticias en 2021 fueron Francia (41,7%), Portugal (32,1%) 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 (105.732 toneladas en 2020, un 10% más que en el año 2020), 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 2021. 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, 2021				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PASTAS	195,1	4,2	403,1	8,7
PASTAS ALIMENTICIAS	191,5	4,1	383,2	8,3
PASTA SECA	177,5	3,8	291,8	6,3
PASTA FRESCA	14,0	0,3	91,5	2,0
PASTAS GRANEL	1,2	0,0	3,2	0,1
PASTAS ENVASADAS	190,3	4,1	380,0	8,2
PASTAS PARA RELLENAR	3,6	0,1	19,9	0,4

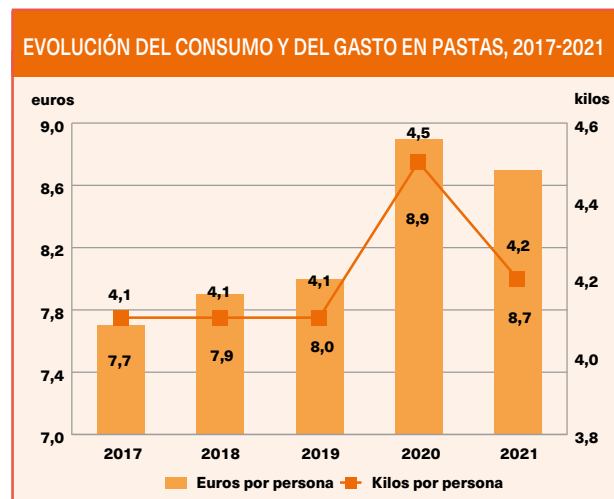
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de pastas durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

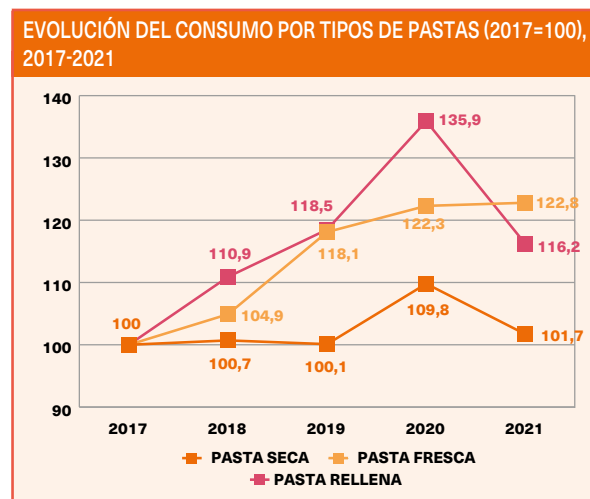
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de pastas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de pastas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con menos de 35 años, el consumo de pastas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con una edad entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de pastas, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los núcleos familiares formados por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en municipios de 10.000 a 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de pastas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos menores a 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de jóvenes y adultos independientes, retirados, en los hogares monoparentales y entre las parejas jóvenes sin hijos, mientras que las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y las parejas adultas sin hijos, presentan los consumos más bajos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Baleares y Comunidad Valenciana cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Navarra y La Rioja.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

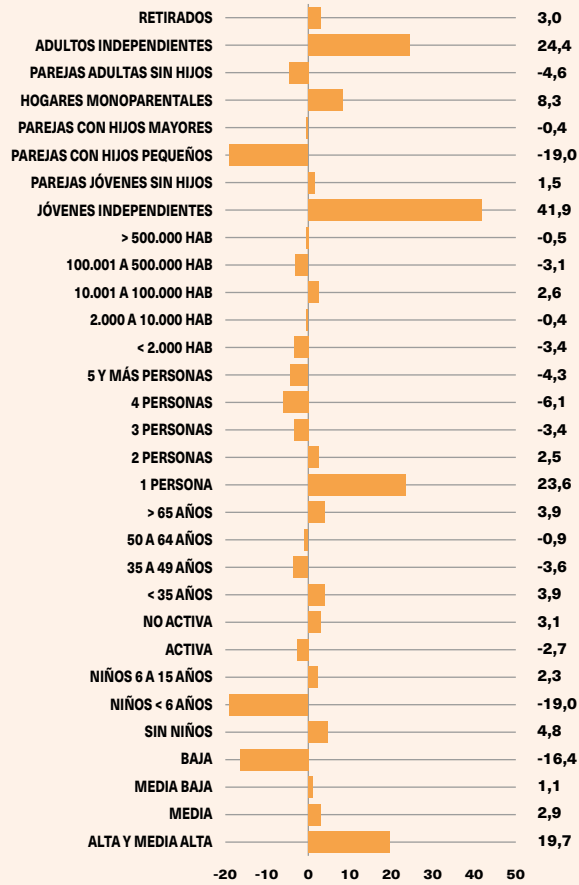
Durante los últimos cinco años, el consumo se había incrementado lentamente pero en el ejercicio 2020 se produce un elevado repunte motivado por los efectos de la COVID-19. En el año 2021, se produce una ligera reducción con respecto al ejercicio anterior aunque los niveles son superiores a los años previos a la pandemia. En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado se produce en el año 2020 con 4,5 kilos por persona, mientras que el mayor gasto también se registró en el ejercicio 2020 (8,9 euros por consumidor).



En la familia de pastas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2017, el consumo de todas las pastas tiene un volumen superior.



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

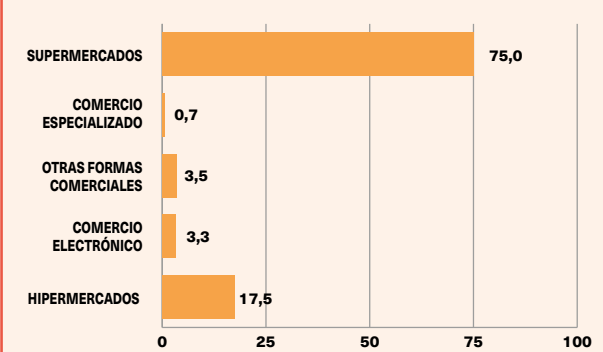


\* Media nacional = 4,2 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 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 17,5% y los establecimientos especializados llegan al 0,7%. El comercio electrónico con 3,3% y las otras formas comerciales con 3,5% concentran la cuota restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PASTAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



# ARROZ

**E**l sector industrial del arroz volvió en 2021 a la normalidad prepandemia. La producción en el campo descendió, pero aumentaron las importaciones y la industria sacó más arroz al mercado que en 2020.

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 2021 se elevó por encima del millón de toneladas, por un valor de 701 millones de euros, cifras en ambos casos muy superiores a las de 2020.

El grueso de la producción industrial fue el arroz semi-blancado o blanqueado: 892.845 toneladas, más de 200.000 por encima de la producción del año anterior. El resto fue arroz partido (106.186 toneladas) y arroz descascarillado (15.148 toneladas).

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 10% en el año 2021. Por detrás le siguió el arroz largo, el vaporizado, el basmati (que aumentó su cuota de mercado en 2021), el bomba y el integral (que también mejoró su cuota de mercado).

## PRINCIPALES ENVASADORES Y COMERCIALIZADORAS DEL SECTOR DE ARROZ

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Herba Ricemills, SL-Ebro Foods	498,48
Arrocerías Pons (Grupo)	76
Maicerías Españolas, S.A.(*)	265
Coop. Arrozáa	43,43
Coop. Cámara Arrossera del Montsiá	38,08
Arroces y Cereales, S.A-Arcesa (*)	30,53
Arrocerías Rovira Ballester S.L	29,63
Nomen Foods, S.L	27,33
Pascual Arnandis Martínez, S.A-Pasamar.	1
Arrocerías Antonio Tomás, S. L *	4,9

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones

## 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 em-



presarial 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 2021, un volumen inferior 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 2021 unas 77.080 toneladas, aunque su producción total rondó las 82.000 toneladas. Esta empresa es la líder en el envasado de arroz con marca blanca (MDD). Por su lado, la tercera empresa alcanzó las 60.500 toneladas envasadas (110.000 toneladas en total) y la cuarta aumentó su producción hasta las 45.350 toneladas envasadas (85.000 toneladas en total). Entre las primeras empresas del sector hay varias cooperativas.

Respecto a la facturación, el primer grupo empresarial factura más que los 9 siguientes del ranking de los diez. Así, en 2021 su facturación superó los 498 millones de euros, mientras que el segundo grupo llegó a 265 millones y el tercero quedó con 76 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 2021 aumentaron su cuota en libreservicio, pues acapararon el 66,5 % en volumen y 52,8% en valor, según los datos de la consultora Nielsen.

La hegemonía de las MDD hace que existan en el sector empresas especializadas en suministrar arroz para este segmento. El grupo líder en este grupo produjo unas 81.200 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 31.721 t.

Tras las MDD, el primer grupo industrial tuvo una cuota del 27,1% en volumen y del 39 % en valor, en ambos casos mejorando 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. A este respecto, se mantiene el ascenso de las ventas de los preparados de arroz (vasitos), que acaparan toda la innovación en el sector.

## COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial del arroz en 2021 tuvo signo negativo, tras los buenos resultados de la exportación en el año anterior.

Según los datos de Comercio, las exportaciones de arroz ascendieron a 234.200 toneladas, mientras que las importaciones sumaron 287.939 toneladas. En valor, las exportaciones alcanzaron 160 millones de euros, mientras que las importaciones costaron 153,8 millones de euros.

Los países a los que más arroz se compró ese año fueron Argentina (23,4%), Pakistán (11,7%) y Guyana (13,9%), pero también entraron arroces procedentes de Grecia, Bulgaria, Italia, Paraguay o Portugal.

Respecto a las exportaciones, los tres destinos principales fueron Bélgica (33,6%), Reino Unido (18,7%) y Portugal (9,3%). También fueron importantes las ventas a Países Bajos, Estados Unidos, Francia, Alemania y Finlandia. ■

## CONSUMO Y GASTO EN ARROZ

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 185,9 millones de kilos de arroz y gastaron 326,5 millones de euros de este producto. En términos per cápita, se llegó a 4,0 kilos de consumo y 7,1 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al arroz normal (1,9 kilos por persona y año), seguido del arroz largo (0,7

kilos per cápita). En términos de gasto, el arroz normal concentra el 29,6% del gasto, con un total de 2,1 euros por persona, seguido por los platos preparados congelados de arroz, con un porcentaje del 15,5% y un total de 1,1 euros por persona al año.

### CONSUMO Y GASTO EN ARROZ DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL ARROZ	185,9	4,0	326,5	7,1
LARGO	33,1	0,7	30,3	0,7
NORMAL	86,6	1,9	99,0	2,1
VAPORIZADO	12,8	0,3	16,8	0,4
PLATO PREPARADO CONSERVA ARROZ	7,9	0,2	43,8	0,9
PLATO PREPARADO CONGELADO ARROZ	18,3	0,4	50,7	1,1
RESTO DE PLATOS PREPARADOS CON ARROZ	0,4	0,0	3,2	0,1
OTROS TIPOS ARROZ	26,8	0,6	82,8	1,8



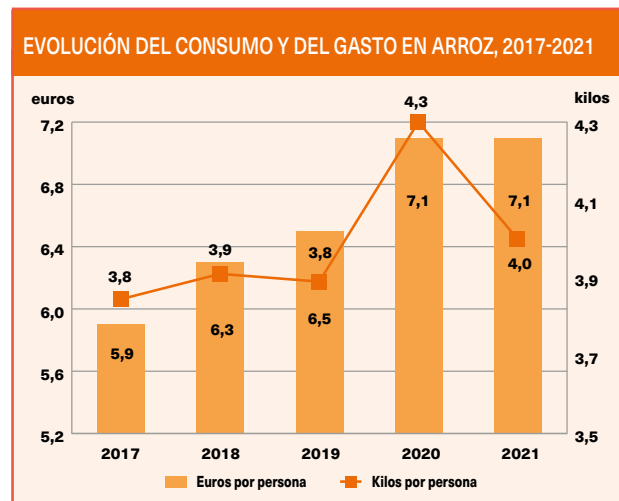
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de arroz durante el año 2021 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 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, parejas con hijos mayores y los hogares monoparentales.
- 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 Extremadura, La Rioja y Castilla y León.

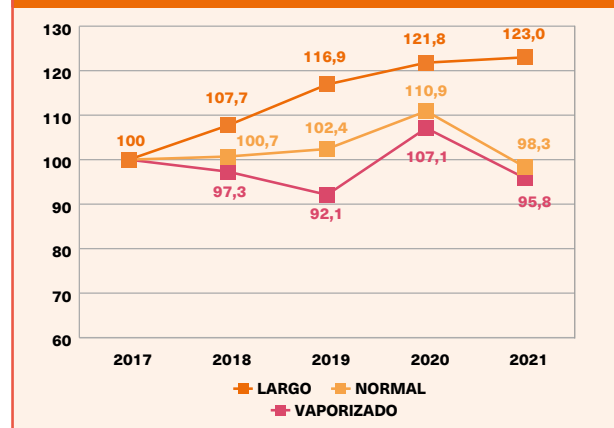
## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

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, mientras que el gasto ha aumentado 1,2 euros por persona. En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (4,3 kilos), mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en los ejercicios 2020 y 2021 (7,1 euros por consumidor).

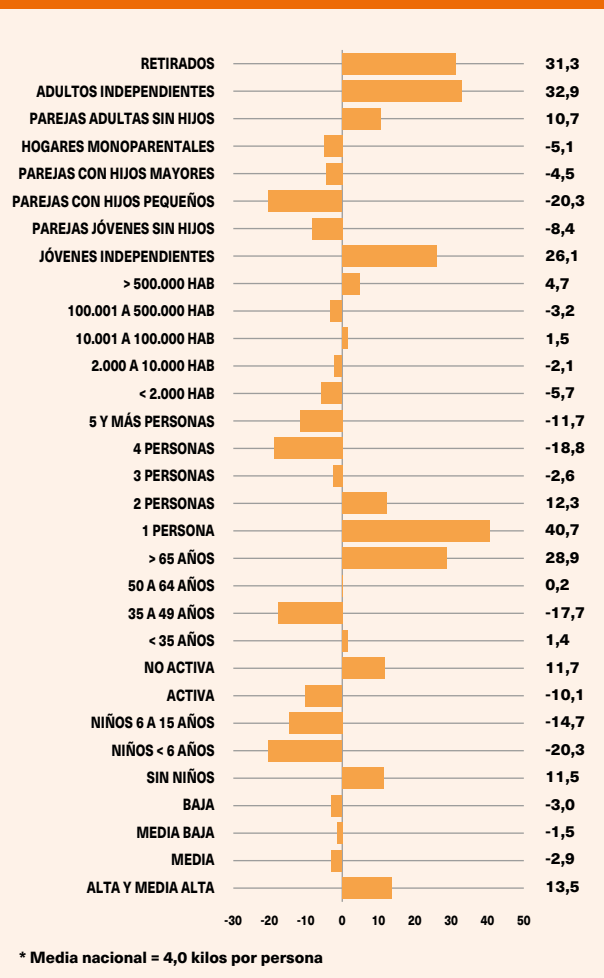


En la familia de arroz, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque coinciden en el ascenso del año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19. En el año 2021, el arroz largo se mantiene pero desciende la demanda de arroz normal y arroz vaporizado. Respecto a la demanda de 2017, el consumo de arroz largo experimenta un crecimiento, mientras que en el arroz vaporizado y el arroz normal están en descenso.

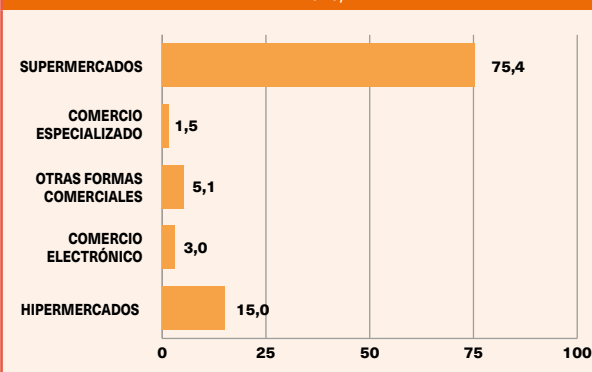
**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ARROZ (2017=100), 2017-2021**





**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 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de arroz a los supermercados (75,4% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 15,0% y los establecimientos especializados llegan al 1,5%. El comercio electrónico tiene una cuota del 3,0% mientras que las otras formas comerciales concentran un 5,1% de la cuota de venta global. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ  
POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**

**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, Fonsa, Bomba, Montsianell y Gleva. La única categoría comercial autorizada es la Extra, que se presenta en cajas de cartón o bolsas de plástico, con un peso neto de 0,50, 1,2 y 5 kilos. La humedad del grano debe ser inferior al 15%.

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

## Calasparra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



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

## CARACTERÍSTICAS DE LAS LEGUMBRES

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 que tienen un alto contenido en hierro y zinc, un bajo contenido en grasa y que son ricas en fibra.

Se consideran alimentos nutricionalmente recomendables teniendo en cuenta su composición en proteínas (a igualdad de pesos, aportan más proteína que la carne o el pescado), hidratos de carbono, lípidos, fibra, minerales y vitaminas.

Además, las legumbres consumen muy poco agua en comparación con otras fuentes de proteína y son plantas leguminosas que tienen la propiedad de fijar el nitrógeno, lo que puede contribuir a aumentar la fertilidad del suelo y a eliminar de forma indirecta las emisiones de gases de efecto invernadero.

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

## PRODUCCIÓN EN ESPAÑA

En la campaña de comercialización 2021, la superficie de leguminosas grano alcanzó las 352.600 hectáreas, un 0,5% más que en la campaña anterior, incluyendo 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 429.500 toneladas en total, un 19% 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

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LEGUMINOSAS (Millones de toneladas)			
	2019	2020	2021
JUDÍAS SECAS	15,1	17,7	18,4
LENTEJAS	35,7	42,8	31,7
GARBANZOS	48,1	46,5	39,2
GUISANTES SECOS	177,3	222,5	176,4

FUENTE: MAPA

que estos cultivos hacen rotaciones con los cereales. Los principales cultivos proteínicos que se cultivan en la UE son los guisantes, los frijoles y los altramuces.

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

## GARBANZOS Y LENTEJAS

En España, la superficie sembrada de garbanzos en 2021 fue de 41.500 hectáreas, (un 8% más que en 2020) y la de lentejas de 35.400 hectáreas (un 3% menos que un año antes). Por su lado, la cosecha de lentejas en 2021 se situó en 31.700 toneladas (un 26% menos) y la de garbanzos en 39.200 toneladas (16% menos).

En la producción de lentejas destaca Castilla-La Mancha, que monopolizó el 71% del total nacional en 2021, con la provincia de Cuenca como primera productora. También es importante la cosecha de Castilla y León (25,7% del total).

Por su lado, en el cultivo de garbanzos destacó Andalucía (con el 58% del total en 2021 y Sevilla a la cabeza), seguida de Castilla y León, que produjo el 19% del total nacional. Otras regiones con producciones importantes son Madrid, Aragón y Extremadura.

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

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

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

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

## MEJORA LA PRODUCCIÓN DE JUDÍAS

En 2021 se sembraron en España un total de 9.400 hectáreas de judías, una superficie algo mayor que la de los últimos años. Asimismo, la producción ascendió a 18.400

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

	2019	2020	2021
MUNDO	5.784,0	6.538	6.500
UE	97	125	115
ESPAÑA	35,7	42,8	31,7

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

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

	2019	2020	2021
CASTILLA-LA MANCHA	30,1	29,55	22,57
CASTILLA Y LEÓN	4,7	12,3	8,16
ARAGÓN	0,1	0,1	0,2
OTRAS CCAA	0,8	0,9	0,8
TOTAL ESPAÑA	35,7	42,8	31,7

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	14.185	15.083	15.000
UE	113	110	102
ESPAÑA	48,1	46,5	39,2

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

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

	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	34,8	30,16	22,93
CASTILLA-LA MANCHA	3,4	4,7	4
CASTILLA Y LEÓN	6,2	7,8	7,5
EXTREMADURA	1,7	2,2	3
OTRAS CCAA	1,9	1,7	1,8
TOTAL ESPAÑA	48,1	46,5	39,2

FUENTE: MAPA

toneladas, un 4% más. Castilla y León, principalmente la provincia de León, es la que cuenta con mayor producción (más de la mitad del total), seguida de Galicia.

En la Unión Europea la producción de judías secas aumentó en 2021, 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 PRODUCCIONES

En el grupo de leguminosas más cultivadas en España, además de las legumbres, están los yeros y las vezas,

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

	2019	2020	2021
MUNDO	5.431	5493	5490
UE	870	880	890
ESPAÑA	15,1	17,7	18,4

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

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

	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	0,1	0,1	0,1
ASTURIAS	0,5	0,54	0,56
CATALUÑA	0,3	0,3	0,3
CASTILLA Y LEÓN	8,4	11,3	11,8
COMUNIDAD VALENCIANA	0,1	0,1	0,1
GALICIA	3,3	3,9	3,8
PAÍS VASCO	1,1	0,9	1,18
OTRAS CCAA.	1,5	0,6	0,6
TOTAL ESPAÑA	15,1	17,7	18,4

FUENTE: MAPA



destinadas a la alimentación animal. En 2021 se sembraron en España 43.200 y 79.800 hectáreas, respectivamente.

La producción de vezas rondó las 84.100 toneladas (muy por debajo de la del año anterior) y la de yeros las 48.500 toneladas (también 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 altramuz se utiliza como aperitivo, eliminando la lupotoxina, una sustancia que le da su amargor característico.

Por su lado, las legumbres de inferior calidad (como ocurre con los garbanzos muy duros) pasan a la alimentación animal.

## QUINUA

Por otro lado, hay 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 en el sur del país. En 2021, se destinaron al cultivo de esta semilla un total 6.890 hectáreas, un volumen superior al del año 2020. La mitad de esta superficie se cultivaba en secano y la otra mitad en regadío. Todo el cultivo de quinua en 2021 se concentró en Andalucía.

Según la FAO, la quinua tiene muchas propiedades nutritivas y dietéticas, y 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 161.500 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)

	2019	2020	2021
MUNDO	13.994,0	14.642	14600
UE	2.016,0	1.994	1.900
ESPAÑA	177,3	222,5	176,4

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE GUI SANTES SECOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Millones de toneladas)

	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	13,4	22,8	16,15
ARAGÓN	17,9	11,2	14
CASTILLA-LA MANCHA	62,8	70	50,7
CASTILLA Y LEÓN	41,6	78,8	60,7
EXTREMADURA	5,1	7,2	7,5
OTRAS CCAA	36,5	32,5	27,4
TOTAL ESPAÑA	177,3	222,5	176,4

FUENTE: MAPA

### IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LEGUMBRES (Millones de toneladas)

	2019	2020	2021
JUDÍAS	55,5	57	51
LENTEJAS	48,4	59	39,2
GARBANZOS	57,5	53,1	36

FUENTE: Datacomex

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LEGUMBRES SECAS Y COCIDAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Cidacos *	370
Legumbres Luengo, S.A.	80
ACICO, S.A. *	33
Legumbres Penelas S.L.	21,5
Legumbres La Cochura, S.A.	15,5
Conservas de Autor, S.A (Autor Foods)	14,5
Grupo Riberebro *	95
Legumbres El Maragato, S.L.	11,5
Legumbres Pedro, S.L.	7,5
Antonio Caballero *	6,3

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye datos de otras producciones

# LEGUMBRES



**D**espués de que durante el primer año de pandemia se disparara el consumo doméstico de legumbres, en 2021 el sector registró los lógicos ajustes a la baja, que no fueron tan acusados como en otros sectores, por lo que el balance anual, especialmente en el sector de legumbres cocidas, fue moderadamente positivo.

La producción nacional está muy por debajo del consumo aparente, por lo que tradicionalmente el sector depende mucho de la importación. No obstante, en los últimos años, la producción de legumbres se ha ido equiparando con el volumen importado. 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 el año 2021 aumentaron las ventas de todas las legumbres, pero especialmente las de las lentejas, que son además la producción más barata.

En consonancia con las tendencias que dominan el mercado alimentario, el sector industrial de las legumbres también está acentuando el interés por la produc-

ción ecológica y de proximidad, así como por un envasado más “biodegradable”.

Las marcas de distribución (MDD) dominan el mercado de las legumbres y en el año 2021 volvieron a ganar cuota de mercado en contra de las primeras marcas de fabricante (MDF), más intensamente en el segmento de legumbres cocidas que en el de secas. En el libre-servicio (hipermercados y supermercados de más de 100 metros cuadrados), las MDD representan cerca del 71 % del volumen de legumbres secas comercializado, mientras que la primera marca de fabricante tiene el 18% de la cuota.

Por canales de venta, en 2021 se registraron incrementos en toda la distribución, pero lo más llamativo fue el aumento espectacular de las ventas en tiendas tradicionales. En este sentido, en los últimos años han proliferado especialmente en las grandes ciudades tiendas especializadas únicamente en legumbres, que venden a granel.

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el sector industrial de las legumbres secas y cocidas, el año 2021 se caracterizó por los movimientos empre-

sariales. 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 modernización del sector y el dinamismo del mercado han provocado fuertes movimientos de concentración y el auge de las marcas de distribución (MDD).

Por producción, la primera empresa del sector dentro de las legumbres secas alcanzó en 2021 un volumen de 38.500 toneladas, mientras que la segunda llegó hasta las 33.000 toneladas y la tercera rondó las 13.500 toneladas.

En el segmento de las legumbres cocidas, el principal fabricante registró un volumen comercializado de 37.800 toneladas peso escurrido, el segundo se situó en las 23.230 toneladas y el tercero sobrepasó las 19.400 toneladas.

La penetración de capitales extranjeros es poco significativa dentro de las principales empresas del sector. La primera empresa comercializadora de legumbres (secas y cocidas) facturó un total de 370 millones de euros (incluidas otras producciones), mientras que la segunda registró unas ventas de 80 millones de euros y la tercera de 75 millones de euros. En todos los casos, las facturaciones de ese año superaron con creces las cifras del año precedente.

## CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 162,9 millones de kilos de legumbres y gastaron 310,9 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,5 kilos de consumo y 6,7 euros de gasto.

## COMERCIO EXTERIOR

La producción de legumbres en nuestro país es, hoy por hoy, claramente insuficiente para abastecer a la demanda existente, por lo que recurrir a las importaciones constituye una necesidad para la supervivencia del sector.

En 2021 se importaron 39.200 toneladas de lentejas, 51.000 toneladas de alubias y 36.000 toneladas de garbanzos, según los datos de Comercio. Con respecto al año anterior, en 2021 disminuyeron significativamente todas las compras.

En cuanto a las exportaciones, bajaron en general con respecto al año precedente. Así, se vendieron 4.791 toneladas de garbanzo seco; 3.096 de judías y 5.601 de lentejas, según los datos de Comercio. Además, también se exportaron legumbres cocidas, en menor volumen.

Los principales vendedores de lentejas para el mercado español fueron Canadá, Estados Unidos y Portugal. En el caso de las alubias, las principales partidas provenían de Argentina, Estados Unidos y Canadá, mientras que en el caso de los garbanzos, procedían de Estados Unidos, México y Argentina, principalmente.

Por su parte, con respecto a las exportaciones, los principales mercados de destino fueron Marruecos, Italia, Francia y Portugal. ■

El consumo más notable se asocia a los garbanzos (1,5 kilos por persona y año), mientras que las lentejas alcanzan 1,0 kilo y las alubias 1,0 kilos por persona. En términos de gasto, los garbanzos concentran el 41,8% del gasto, con un total de 2,8 euros por persona; las alubias el 29,8%, con un total de 2,0 euros; y las lentejas, el 26,9% y un total de 1,8 euros.

### CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL LEGUMBRES	162,9	3,5	310,9	6,7
LEGUMBRES SECAS	76,3	1,6	173,4	3,7
LEGUMBRES COCIDAS	86,6	1,9	137,5	3,0
GARBANZOS	68,7	1,5	129,4	2,8
ALUBIAS	45,6	1,0	93,0	2,0
LENTEJAS	47,6	1,0	84,7	1,8
LENTEJAS SECAS	35,0	0,8	65,3	1,4
LENTEJAS COCIDAS	12,6	0,3	19,4	0,4
OTRAS LEGUMBRES	1,1	0,0	3,8	0,1



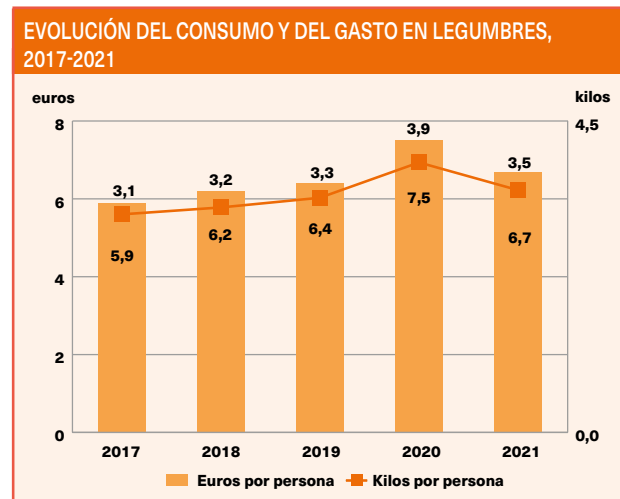
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de legumbres durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

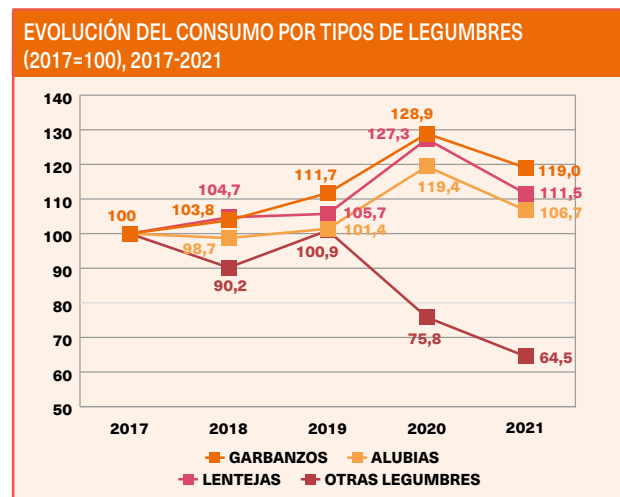
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de legumbres, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de legumbres es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de legumbres es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de legumbres, mientras que los índices son más reducidos en los hogares de cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de legumbres, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos 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 País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Galicia, Extremadura y Andalucía.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

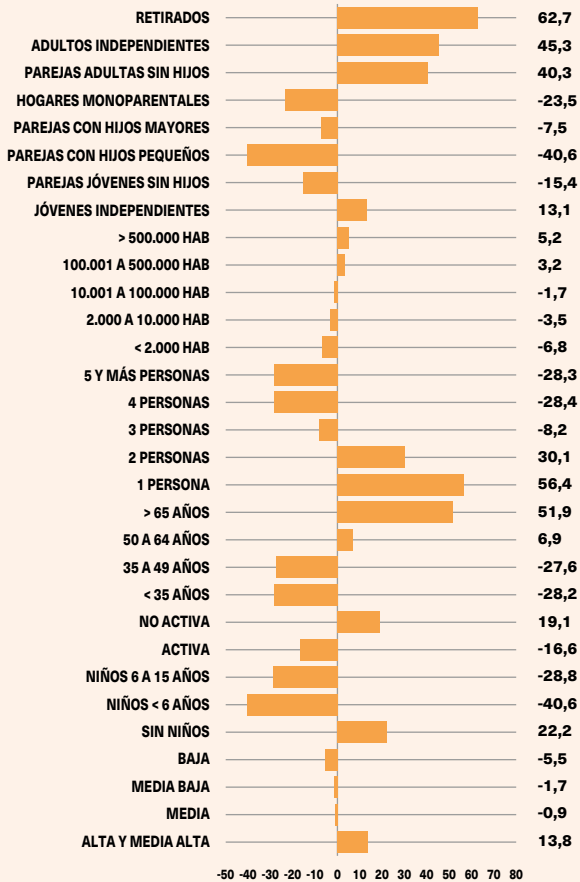
Durante los últimos cinco años, el consumo de legumbres se ha mantenido bastante estable por persona aumentando en el año 2020 por los efectos de la COVID-19 y reajustándose ligeramente a la baja en el año 2021. En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (3,9 kilos por 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 2016-2020 ha sido bastante similar para cada tipo de producto (la excepción está en otras legumbres). Respecto a la demanda de 2017, el consumo de garbanzos, lentejas y alubias aumenta, especialmente por el repunte del año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19.



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

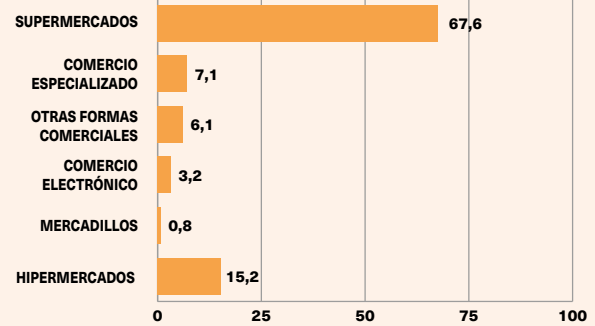


\* Media nacional = 3,5 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de legumbres a los supermercados (67,6% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 15,2% y los establecimientos especializados llegan al 7,1%. El comercio electrónico supone el 3,2% y los mercadillos el 0,8%, mientras que las otras formas comerciales alcanzan el 6,1% restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LEGUMBRES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



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

## ANDALUCÍA

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

GARBANZO DE ESCACENA \*

## ASTURIAS

## INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

FABA ASTURIANA \*

## CASTILLA Y LEÓN

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

GARBANZO DE FUENTESAÚCO \*

JUDÍAS DE EL BARCO DE ÁVILA \*

LENTEJA DE LA ARMUÑA \*

ALUBIA DE LA BAÑEZA-LEÓN \*

LENTEJA PARDINA DE TIERRA DE CAMPOS \*



## CATALUÑA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

MONGETA DEL GANXET \*

FESOLS DE SANTA PAU \*

## GALICIA

## INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

FABA DE LOURENZÁ \*



## MADRID

## ALIMENTOS DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

LEGUMBRES SECAS: GARBANZOS Y LENTEJAS DE MADRID

## PAÍS VASCO

## EUSKO LABEL (LÁBEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

ARABAKO BABARRUN PINTOA (ALUBIA PINTA ALAVESA)

TOLOSAKO BABARRUNA (ALUBIA DE TOLOSA)

ARABAKO BABARRUN ARROZINA (ALUBIA ARROCINA ALAVESA)

## LA RIOJA

ALUBIA DE ANGUIAÑO

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



## Alubia de La Bañeza-León

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La protección de la producción de la IGP Alubia de La Bañeza-León se extiende por la zona centro y sur de León y parte de la zona norte de Zamora, ocupando una superficie de 5.456 kilómetros cuadrados.

Comprende 98 municipios de la Provincia de León pertenecientes a las comarcas agrarias de La Bañeza, El páramo, Tierras de León, parte de la Maragatería, Cabrera y Esla-Campos, así como 20 municipios de la comarca de Benavente-Los Valles de la provincia de Zamora.

**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 500 hectáreas que cultivan unos 60 agricultores y rendimientos próximos a las 1.000 toneladas. Son 9 las industrias envasadoras y elaboradoras inscritas en el Consejo, cuya comercialización ha aumentado significativamente en los últimos años alcanzando las 450 toneladas. Las perspectivas son positivas, el agricultor de la IGP está más especializado en el cultivo de la alubia y las industrias ganan cuota de mercado de este producto de calidad.

## Fesols de Santa Pau

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona geográfica de producción y elaboración de las judías amparadas por la Denominación de Origen Protegida corresponde a los municipios de Santa Pau (principal núcleo de producción), Castellfollit de la Roca, Les Planes d'Hostoles, Les Preses, Olot, Sant Feliu de Pallerols y Sant Joan les Fonts

(todos pertenecientes a la comarca de la Garrotxa, situada en Catalunya, en el N.E. de España).

**CARACTERÍSTICAS:** La Denominación de Origen Protegida ampara las semillas de judía (*Phaseolus vulgaris* L.) de las variedades tradicionales Tavella Brisa, Setsetmanera y Gra Petit, secas, cocidas y en conserva, producidas exclusivamente en tierras de naturaleza volcánica. Las judías son blancas, redondeadas y con unas dimensiones que oscilan entre 18 y 30 g por 100 semillas. Se caracterizan por un elevado contenido en proteína, una baja percepción de la piel, una baja harnosidad y un sabor suave.

**DATOS BÁSICOS:** Actualmente en el consejo regulador figuran inscritos 14 productores y 8 envasadores-elaboradores. La superficie de cultivo es de unas 29 hectáreas con una producción de 14.300 kilos.

## Garbanzo de Escaceda

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de los productos amparados está formada por los términos municipales de Escacena del Campo, Paterna del Campo, Manzanilla, Villalba del Alcor, La Palma del Condado y Villarrasa (todos ellos en la provincia de Huelva), y los de Castilleja del Campo, Aznalcóllar, Sanlúcar la Mayor, Albaida del Aljarafe y Olivares (en la provincia de Sevilla).

**CARACTERÍSTICAS:** El producto amparado es el fruto de la especie vegetal *Cicer arietinum* L., del ecotipo local del Campo de Tejada y de las variedades registradas o que se registren del tipo comercial Lechoso.

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 Fuentesaúco

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de los garbanzos amparados está constituida por 22 municipios de la provincia de Zamora, con la población de Fuentesaúco como el principal núcleo productor.

**CARACTERÍSTICAS:** La IGP ampara el garbanzo de la variedad Fuentesaúco, de pico curvo y pronunciado, color crema o apagado mezcla de amarillo, blanco y marrón, piel de rugosidad intermedia y sin manchas. El ecotipo de este garbanzo tiene un patrimonio genético de primer orden, ya que durante generaciones de agricultores se ha ido seleccionando la variedad de mayor finura. Las referencias históricas de este producto se remontan al siglo XVI.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritos 74 productores y la superficie de cultivo registrada es de 660 hectáreas. La producción media anual es de 500.000 kilos. Las 7 empresas envasadoras comercializan garbanzos con IGP.

## Faba Asturiana

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de las judías secas amparadas está constituida por los terrenos ubicados en el territorio de la comunidad autónoma del Principado de Asturias. La producción se centra en fincas de labor de unos 3.000 metros cuadrados de superficie media y de hasta 80.000 metros cuadrados de superficie máxima, localizadas en las riberas de los ríos o zonas llanas donde es posible la utilización de maquinaria de cultivo. La zona de elaboración y envasado coincide con la de producción.

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 15 hectáreas. En el registro del Consejo Regulador están inscritos 9 almacenes y plantas de acondicionamiento, envasado, y 63 productores que comercializan 21.430 kilos de judía protegida por la denominación de origen.

# FRUTAS Y HORTALIZAS



La Asamblea General de las Naciones Unidas designó el año 2021 como el Año Internacional de las Frutas y Verduras (AIFV). La FAO, como organismo de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, fue la encargada de celebrar el año, en colaboración con otras organizaciones y entidades competentes del sistema de las Naciones Unidas.

La AIFV 2021 ofreció la oportunidad de sensibilizar sobre la importancia de las frutas y verduras para la nutrición humana, así como también para la seguridad alimentaria y la salud.

A pesar de que proporcionan al cuerpo humano abundantes nutrientes, refuerzan el sistema inmunológico y contribuyen a reducir el riesgo de contraer muchas enfermedades, la ONU estima que no se consumen suficientemente.

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 (UE), con más del 22% de la producción comunitaria, y 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. Por el contrario, la principal debilidad del sector es la crisis de precios por la que atraviesan muchos productos, especialmente las hortalizas y los cítricos.

En España hay unas 920.000 hectáreas dedicadas al cultivo de frutas y hortalizas. Si a esa superficie se suman las destinadas a frutos secos se supera los 1,75 millones de hectáreas. De la superficie total de frutas y hortalizas (sin incluir los frutos secos ni la patata), un 41,7% corresponde a hortalizas; un 32% a cítricos; un 20,7% a fruta dulce, un 3% a frutas tropicales, un 1,6% a uva de mesa y un 1% a plataneras.

La superficie destinada a la producción de fruta dulce es más estable, aunque en algunas regiones 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 las regiones que más producen son Andalucía (alrededor del 33%), Comunidad Valenciana (19%), Murcia (12%), Extremadura (8%), Castilla-La Mancha (6%) y Castilla y León (5%).

### **DATOS BÁSICOS DEL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA ESPAÑOL**

La producción total de frutas y hortalizas en España superó en 2021 los 24 millones de toneladas, un volumen inferior al del año anterior. De esta producción total, el 56,7% correspondió a hortalizas; el 27,3% a cítricos; el 14,2% al resto de las frutas y el 1,8% a los frutos de cáscara.

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 superó los 20.080 millones de euros en 2021, un 5,2% más que en 2020, según datos del Ministerio de Agricultura en los que no está incluida la aportación de la patata (unos 562 millones de euros).

Este sector en conjunto (frutas y hortalizas) representó el 59,7% de la Producción Vegetal final y el

35,6% 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 2021, su aportación se elevó a casi 10.704,8 millones de euros, casi mil 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 2,8 millones de euros), por lo tanto, las hortalizas supondrían un valor de unos 8 millones de euros para la renta agraria. Dentro del grupo de las hortalizas destaca el tomate por su aportación a la renta (cerca de 1,3 millones de euros).

El segundo subsector en importación económica fue el de las frutas con 9.375 millones de euros en 2021, unos 245 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.

Como en años anteriores, la exportación de frutas y hortalizas durante el año 2021 tuvo un resultado positivo. Según los datos de Comercio, la exportación total de frutas y hortalizas (sin incluir la patata) se situó en algo más 13,1 millones de toneladas, unas 300.000 toneladas más que un año antes. Por su lado, el valor de estas ventas superó los 15.568,6 millones de euros, también por encima del año anterior.

Diferenciando por capítulos, las exportaciones de frutas superaron los 7,68 millones de toneladas, frente a los 7,4 millones de un año antes. Por su lado, las ventas al exterior de hortalizas quedaron en 5,4 millones de toneladas, ligeramente por encima de las del año anterior.

Por destinos, al mercado de la UE se llevaron el 85% de las exportaciones españolas y entre los países ter-



“ Cuando eliges  
frutas y verduras

**BOUQUET** ...

DAS VIDA  
PARA EL  
CAMPO ”

Comprando **BOUQUET** das más

**RACIONES  
DE VIDA PARA  
EL CAMPO**

Y más valor  
a lo nuestro.  
A lo tuyo.

- Afianzas  
la POBLACIÓN  
al MEDIO RURAL
- Limitas  
el ABANDONO  
de CAMPOS
- Facilitas  
el RELEVO  
GENERACIONAL

Otras iniciativas en >>> [bouquet.es](http://bouquet.es)

ceros destacaron como receptores de frutas y hortalizas españolas Reino Unido (que redujo sus importaciones en 2021) Brasil, Arabia Saudí y Canadá.

Andalucía, Murcia, Cataluña y la Comunidad Valenciana son las que monopolizan el comercio exterior de frutas y hortalizas. En 2021, las exportaciones de Andalucía alcanzaron los 4,5 millones de toneladas, un volumen superior al del año precedente. Por su parte, la Comunidad Valenciana vendió 3,89 millones de toneladas (en el año 2019 exportaron más de 3,8 millones), Región de Murcia otros 2,7 millones de toneladas (muy por encima de un año antes) y Cataluña exportó un millón de toneladas.

Por productos, los más exportados en volumen son naranja, pimiento, sandía, lechuga, clementina, limón, tomate, pepino, melocotón (incluida la nectarina) y melón.

En cuanto a la importación en 2021, se mantuvo la tendencia creciente de los últimos años. Se compraron frutas y hortalizas por un volumen de 3,6 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 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, EE. UU. y Argentina.

Asimismo, los principales productos más importados anualmente en volumen son plátano, manzana, naranja, aguacate, tomate, judías verdes, sandía y melón, aunque también son significativas las compras de frutas como piña o kiwi.

## PRODUCCIÓN HORTOFRUTÍCOLA EN LA UE

La Unión Europea es una potencia mundial en producción de frutas y hortalizas, pues en conjunto aporta cerca del 5% del volumen total producido anualmente. De esa producción total, que la oficina estadística Eurostat estima en torno a los 90 millones de toneladas, un 22% corresponde a la producción española que es la primera en el ranking comunitario. Por detrás de España están 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).

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

PRODUCTO	2020	2021
AGUACATE	138,4	139,9
AJOS	189,2	175,1
ALBARICOQUES	96	97
ALCACHOFAS	11,5	12,6
APIO	81,1	106,7
BERENJENAS	171,4	166,45
CALABACINES	425,8	450,82
CAQUI	210,8	189,8
CEBOLLAS	356,3	338,58
CIRUELAS	89,7	116
COLES-BRÓCOLI	493,9	539,3
ESPÁRRAGOS	24,3	28
FRESAS	286,8	316,6
JUDÍAS VERDES	24,3	21,5
KIWIS	28,1	39,4
LECHUGAS	766,3	811,7
LIMONES	733,9	734,2
MANDARINAS	1.344,20	1326
MANZANAS	133,9	110,4
MELOCOTONES	325	344,3
MELONES	433,7	430,8
NARANJAS	1638,9	1565,8
NECTARINA	329,2	346,6
PATATAS	284,8	334,6
PEPINOS	703	660,3
PERAS	107	122,4
PIMIENTOS DULCES	845,4	853,6
PLÁTANO	92,2	112,8
POMELOS	64,7	74,4
SANDÍAS	839,6	996,6
TOMATES FRESCOS	728,8	662,5
UVAS	193	200,7
ZANAHORIA	128,6	150,2

FUENTE: Datacomex

En la Unión Europea, el valor conjunto de las producciones de frutas y hortalizas a efectos de calcular la renta agraria alcanza los 74.000 millones de euros, de los que un 21% corresponden a la aportación de España.

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

**IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS (Millones de toneladas)**

PRODUCTO	2020	2021
AGUACATE	173,8	214,2
CEBOLLAS	89	110,6
JUDÍAS	131,4	118,3
KIWIS	138	159,3
LIMÓN	54,5	40
MANGO	70,3	78,6
MANZANAS	179,6	184,6
MELONES	95,7	98
NARANJAS	191,3	179,3
PATATAS	914,3	878,1
PERAS	50,4	66,4
PIMIENTO	61,1	65,6
PIÑAS	151,4	170,4
PLÁTANO	324,2	369,7
TOMATES FRESCOS	165,3	178,1
UVA DE MESA	59,6	69,7

FUENTE: Datacomex

En cuanto 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 importan-

tes 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.

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 EE. UU.

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.

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 2.100 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%). El resto de los países del mundo aportan el 38% restante de ese volumen. ■



## FRUTAS

La gran diversidad de climas y zonas productoras que hay en España permite que la producción nacional de frutas sea muy rica y variada. A efectos de calcular la renta agraria nacional, según datos del Ministerio de Agricultura, el sector de las frutas registró un descenso en la cantidad producida (4,3%),

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES FRUTAS (Miles de toneladas)			
PRODUCTO	2019	2020	2021
AGUACATE	95,5	99,1	115,5
ALBARICOQUES	131,7	133,3	112,3
CEREZAS-GUINDAS	115,4	83,1	113,6
CIRUELAS	168,6	155,8	181,4
FRESAS-FRESONES	352,4	272,5	360,8
MANZANAS DE MESA	570,6	445,5	490,9
MELOCOTONES	910,6	826	701,4
MELONES	641,5	611	648,3
NECTARINA	572,5	483,6	441,3
PERAS	313,4	324	308,1
PLÁTANOS	396,7	420,1	417,6
SANDÍAS	1.200,1	1.234,90	1318,1
UVAS DE MESA	331,5	297,8	304,6

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CIRUELAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	24,5	19,7	19,32
ARAGÓN	10,7	8,1	9,5
COMUNIDAD VALENCIANA	10,8	12,7	11,7
EXTREMADURA	88	77,6	101,1
MURCIA	14	14,3	14,6
OTRAS CCAA	20,6	23,4	25,2
TOTAL ESPAÑA	168,6	155,8	181,4

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE CIRUELAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2019	2020	2021
MUNDO	12.601	12.225	12.300
UE	1.625	1.597	1.650
ESPAÑA	168,6	155,8	181,4

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

frente al crecimiento de 2020. Asimismo, los precios medios subieron un 1,8%, al igual que un año antes (en estos datos están incluidas las frutas frescas, los cítricos, las frutas tropicales, las uvas y las aceitunas de mesa).

Conforme a estos datos del MAPA, el valor de las frutas ascendió a 9.375,1 millones de euros a precios básicos (frente a los 8.622 millones del año anterior) y el sector representó el 16,6% de la Producción Final Agraria (casi 2 puntos porcentuales menos que en el año precedente) y el 28% de la Producción Vegetal, también un porcentaje muy superior al del año precedente.

En la Unión Europea, la aportación de las frutas a la renta agraria suma cerca de 29.300 millones de euros a la renta agraria.

Con respecto al valor de la Producción Final Agraria, el sector de la fruta en la UE supone el 7,3% y con relación a la Producción Final Vegetal, el 12%.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE PERAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	5,1	6	6,1
ARAGÓN	42,6	47,4	44,4
CATALUÑA	134,2	138	118,6
COMUNIDAD VALENCIANA	4,3	3,8	3,7
EXTREMADURA	6	9,5	7,5
LA RIOJA	51	57,3	55
MURCIA	27,5	23,3	27,9
OTRAS CCAA	42,6	38,7	44,9
TOTAL ESPAÑA	313,4	324	308,1

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE PERAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2019	2020	2021
MUNDO	23.919	23.109	22.900
UE	2.098	2.351	1.600
ESPAÑA	313,4	324	308,1

FUENTES: FAO, EUROSTAT, WAPA Y MAPA

PRODUCCIONES DE AGUACATE EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2019	2020	2021
MUNDO	7.179	8.059	8.100
UE	123,4	111,6	120
ESPAÑA	95,5	99,1	106,8

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

En la UE las dos producciones mayoritarias dentro de las frutas son la manzana (muy extendida por todo el territorio comunitario, especialmente en los países del norte) y la naranja (que se concentra en los países de la cuenca mediterránea).

## 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, las frambuesas, etc.).

Las frutas-hortalizas cultivadas suelen ser de ciclo anual y hay que plantarlas todos los años, mientras que las frutas del bosque rebrotan cada año. Las frutas-hortalizas suelen ser de tipo pepita, carnosas y más versátiles que las frutas obtenidas a partir de cultivos leñosos.

Son frutas de crecimiento más rápido y sus períodos de recolección son amplios. Algunas de ellas, como el tomate, es clasificado directamente entre las hortalizas al carecer de dulzor.

Las frutas-hortalizas más extendidas en España son la fresa, el melón y la sandía, que suponen casi un 40% de la producción total de fruta dulce, aunque se clasifiquen entre las hortalizas muchas veces.

En 2021 la producción de sandía siguió creciendo. Al final de la campaña, se recogieron 1,32 millones de toneladas (un 7% más), al tiempo que la producción de melón aumentó un 6% hasta 648.300 toneladas.

Por su lado, la producción de fresas y fresones se recuperó tras el descalabro del año 2020. Se recogieron 360.800 toneladas, un 32% más

Respecto al comercio, aumentaron las exportaciones de Sandía hasta las 996.600 toneladas y también las de fresas (316.600 toneladas), mientras que por el contrario descendieron con respecto al año anterior las exportaciones de melones (430.800 toneladas).

A nivel europeo se produjo también un aumento de la producción de sandía por la aportación española, así como también una subida en la cosecha de melones y fresas.

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

CC.AA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	41	34,3	34,6
ARAGÓN	217,7	228,2	174,4
CASTILLA-LA MANCHA	35,4	39,5	48,4
CATALUÑA	287,8	202,5	142,9
COMUNIDAD VALENCIANA	24,5	18,8	18,9
EXTREMADURA	52	47	46,4
LA RIOJA	9,4	8,6	8,4
MURCIA	223,1	225	209,7
NAVARRA	8,7	7,4	7,4
OTRAS CCAA	11	10,2	
TOTAL ESPAÑA	910,6	826	701,4

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	25.737	24.569	24.600
UE	2.762	2.625	2.500
ESPAÑA	910,6	826	701,4

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

CC.AA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	7	6,5	6,6
ARAGÓN	123,6	70,8	72,4
ASTURIAS	2	1,38	3
CASTILLA-LA MANCHA	1,9	0,8	1
CASTILLA Y LEÓN	47,5	44,3	39
CATALUÑA	291,6	235,1	272,9
COMUNIDAD VALENCIANA	7,8	6,1	6,1
GALICIA	60	51,3	60,5
MURCIA	1,4	1,3	1,4
PAÍS VASCO	2,8	2,5	2,8
OTRAS CCAA	25	25,4	25,2
TOTAL ESPAÑA	570,6	445,5	490,9

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	87.236	86.443	86.000
UE	10.578	11.777	11034
ESPAÑA	570,6	445,5	490,9

FUENTES: FAO, EUROSTAT, WAPA Y MAPA

## 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 2021, al contrario que en el año precedente, la producción nacional de pera disminuyó (5%) hasta 308.100 toneladas y, por el contrario, la de manzana de mesa aumentó (10%) hasta 490.900 toneladas.

A estas producciones habría que añadir la cosecha de manzana destinada a la elaboración de sidra, que fue muy superior a la del año precedente (92.800 toneladas).

Respecto al comercio exterior de estas frutas, al igual que en años anteriores, en 2021 las exportaciones españolas de manzana disminuyeron un 18% hasta situarse en 110.400 toneladas, mientras que las ventas al exterior de peras aumentaron en volumen un 14% hasta llegar a 122.400 toneladas.

En cuanto a las importaciones, la manzana es una de las frutas que más compramos fuera. Concretamente, en 2021 se importaron 184.600 toneladas (3% más). Asimismo, se importaron también 66.400 toneladas de peras, un 32% más.

Por su lado, en la UE disminuyó en 2021 la producción de manzana (se recogieron 11 millones de toneladas) y también la de pera (1,6 millones de toneladas). La producción mundial siguió la misma tónica: descenso de la cosecha de peras y manzanas.

A nivel mundial, las dos variedades de manzana más extendidas son golden y gala. En general, la campaña de manzana fue mejor que la del año precedente y lo mismo sucedió con la pera.

## OTRAS FRUTAS DE PEPITA: UVA, NÍSPERO 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, etc.) suelen cultivarse en vides armadas en parra o tutoradas por un emparrado, a fin de evitar el

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

CC.AA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	38	33,9	31
ARAGÓN	144,7	156,4	110,8
CATALUÑA	230	140,1	125,2
COMUNIDAD VALENCIANA	14,5	12	12,3
EXTREMADURA	56,5	58,4	67,5
MURCIA	83,6	77	89,3
OTRAS CCAA	5,2	5,8	5,2
TOTAL ESPAÑA	572,5	483,6	441,3

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
UE	1284	981	950
ESPAÑA	572,5	483,6	441,3

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

CC.AA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	11,5	7,8	7,5
COMUNIDAD VALENCIANA	94,8	111,6	99,6
MURCIA	221,2	174,8	192,7
OTRAS CCAA	4	3,6	4,8
TOTAL ESPAÑA	331,5	297,8	304,6

FUENTE: MAPA

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

PRODUCTO	2019	2020	2021
UE	1745	1632	1650
ESPAÑA	331,5	297,8	304,6

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

CC.AA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	694,8	718,8	794,5
BALEARES	9,5	5,7	6,1
CASTILLA-LA MANCHA	187,6	192	210,4
CATALUÑA	8,1	7,6	7,7
COMUNIDAD VALENCIANA	72,4	75,1	71,2
EXTREMADURA	13,4	15,2	12
MURCIA	210,4	206,4	202,3
OTRAS CCAA	4	14,1	13,9
TOTAL ESPAÑA	1.200,1	1.234,9	1318,1

FUENTE: MAPA

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 incrementó en 2021 un 2% hasta situarse en 304.600 toneladas. En España se cultivan uvas de mesa blancas y rojas, con y sin pepita. En el año 2021 había dedicadas a este cultivo unas 16.758 hectáreas, cifra muy superior a la del año precedente.

Buena parte de la producción de uva de mesa está amparada por una marca de calidad reconocida: la DOP Uva de mesa embolsada Vinalopó. Esta marca protege la producción de uva de varios municipios de Alicante.

Respecto a la UE, la cosecha de uva de mesa fue mucho mayor 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.

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

CC.AA	2019	2020	2021
ARAGÓN	18	20,4	15,4
COMUNIDAD VALENCIANA	21,7	18,5	12,1
MURCIA	68,1	64,5	54,7
OTRAS CCAA	23,9	28,9	30,1
TOTAL ESPAÑA	131,7	133,3	112,3

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	4.083	3720	3700
UE	771,2	571	550
ESPAÑA	131,7	133,3	112,3

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

Este cultivo ocupaba en 2021 un total de 1.803 hectáreas en España, principalmente en tierras de regadío. La mayor parte de estas tierras están en la Comunidad Valenciana, donde existe una marca de calidad reco-



Nufri, Grupo hortofrutícola, produce y comercializa en los 5 continentes. Una dilatada experiencia que permite ofrecer un amplio catálogo de servicios y productos. Trabajar con excelencia, es nuestro pilar fundamental.



[www.nufri.com](http://www.nufri.com)



PRODUCCIONES DE SANDÍAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2019	2020	2021
MUNDO	100.415	101.620	101.700
UE	3.009	3.086	3.100
ESPAÑA	1.200,1	1.234,90	1318,1

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE FRESAS Y FRESONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	341,6	262,2	323,8
CATALUÑA	2,7	1,7	1,9
CANARIAS	2	1,9	2,3
CASTILLA Y LEÓN	2,1	2,2	2,3
GALICIA	2,7	2,3	2,3
OTRAS CCAA	1,3	2,1	1,1
TOTAL ESPAÑA	352,4	272,5	360

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE FRESAS Y FRESONES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2019	2020	2021
MUNDO	8.885	8.862	8.900
UE	1.181	1.106	1.300
ESPAÑA	352,4	272,5	360,8

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MELONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	169	184,9	189,7
BALEARES	4,9	3,3	3,6
CASTILLA-LA MANCHA	181,3	171,3	164,3
CATALUÑA	4,4	4,7	4,7
COMUNIDAD VALENCIANA	44,3	38,6	47,6
EXTREMADURA	15,2	15,2	17,5
MADRID	6,8	5,9	6,8
MURCIA	207,9	178,6	205,6
OTRAS CCAA	7,7	8,5	8,5
TOTAL ESPAÑA	641,5	611	648,3

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE MELONES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2019	2020	2021
MUNDO	27.501	28.468	28.500
UE	1.722,8	1.719,8	1.800
ESPAÑA	641,5	611	648,3

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA



nocida que protege la producción: la Denominación de Origen Protegida Nísperos de Callosa d'en Sarrià.

En cuanto al membrillo, otra fruta de pepita, en 2021 había registradas un total de 639 hectáreas de membrilleros en producción. Aunque no se publican datos de producción, buena parte de la cosecha anual se destina a la industria de cara a la elaboración de carne de membrillo y mermelada.

## FRUTAS DE HUESO

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

Los melocotones y nectarinas han diversificado sus períodos productivos, escalonando variedades, desde abril a noviembre. Los albaricoques, en cambio, tienen un período comercial más corto, desde abril hasta mediados del verano, mientras que las cerezas también se escalonan desde abril a octubre. En general son frutas que obtienen buenas cotizaciones, si no se estropean por las lluvias y la mala climatología.

Al igual que en la campaña precedente, para el conjunto de la fruta de hueso el balance de 2021 fue negativo en cuanto a producción. La suma de las cosechas de melocotón, nectarina, albaricoque, cereza, guinda y ciruela quedó por debajo de los 1,54 millones de toneladas y fue inferior a la cosecha total de fruta de hueso en 2020 que casi llegó a 1,7 millones de toneladas.

Así, la producción de melocotón quedó en 701.400 toneladas (15% menos); la de nectarina en 441.300



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

CC.AA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	6,4	7	7
ARAGÓN	37,2	29,4	34,6
CATALUÑA	6,5	8,1	9,2
EXTREMADURA	44,7	22	43,6
OTRAS CCAA	20,6	16,6	19,1
TOTAL ESPAÑA	115,4	83,1	113,5

FUENTE: MAPA

toneladas (9% menos); la de albaricoque en 112.300 toneladas (16% menos); la de ciruela en 181.400 toneladas (16% más) y la de cereza y guinda en 113.600 toneladas (un 37% más que en la campaña anterior).

Respecto al comercio exterior en 2020, las exportaciones de albaricoques aumentaron un 1% (se vendieron unas 97.000 toneladas), mientras que las de ciruela subieron un 29% hasta 116.000 toneladas.

También fueron superiores las ventas al exterior de melocotones (un 5,9%, hasta 344.300 toneladas) y

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

	2019	2020	2021
MUNDO	2.595	2.609	2650
UE	578,1	532,1	600
ESPAÑA	115,4	83,1	113,6

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	4.308	4.407	4.400
UE	935,3	952,2	950
ESPAÑA	27	27,6	27,3

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

también aumentaron las de nectarina (un 5,3% hasta 346.600 toneladas).

La cereza por su parte experimentó un crecimiento espectacular en sus ventas exteriores, al pasar de 20.193 toneladas exportadas en 2020 a 45.732 toneladas en 2021.

## Con el entorno a nuestro favor

Nuestras plantaciones, situadas en las fértiles llanuras de la provincia de Girona y rodeadas por los parques naturales del Alto y Bajo Ampurdán, nos proporcionan una fruta singular, mimada por nuestros agricultores bajo la tutela de nuestro personal especializado, y con la calidad que garantiza la IGP Poma de Girona.



**giropoma**  
Costa Brava

T. +34 972 755 025  
[www.giropoma.com](http://www.giropoma.com)

## OTRAS FRUTAS DULCES

Con el resto de la fruta dulce se puede formar un conjunto heterogéneo que podría denominarse de “frutas carnosas” y que representan en torno al 10% de la producción final. En España, las principales producciones son los aguacates, los kiwis, los higos y brevas, las granadas y los dátiles.

Aunque en el pasado muchas de estas frutas se recogían a partir de árboles diseminados, actualmente el grueso de las producciones proviene ya de plantaciones regulares.

Los aguacates son frutas tropicales de carne algo untuosa debido a la abundante presencia de lípidos. En los últimos años, el incremento de la demanda ha llevado a los productores de cítricos a plantearse su producción como alternativa.

En 2021, al igual que en el año anterior, la producción se incrementó (16%) y quedó en 115.500 toneladas. También aumentaron un 1,1% las exportaciones de aguacate, en consonancia con la tendencia de años anteriores. Finalmente, se vendieron en el exterior 139.900 toneladas, pero también se importaron 214.200 toneladas (un 23% más que en 2020).

Por su lado, la producción de higos se redujo un 13% y se situó en 52.200 toneladas. La superficie destinada a higueras en España ascendía en 2021 a 22.188 hectáreas, la mayor parte de ellas en secano. En el conjunto del año 2021 se exportaron 5.608 toneladas de higos, 1.140 toneladas más que en 2020.

En cuanto al kiwi, la producción de 2021 creció hasta 27.300 toneladas (100 toneladas menos que en 2020). La producción de kiwi se concentra en el norte de España, principalmente en Galicia y en Asturias. En 2021 la superficie dedicada a este frutal fue de 1.735 hectáreas y se exportaron cerca de 39.400 toneladas, más de 11.000 toneladas por encima de las exportaciones de 2020, que también fueron superiores a los del año precedente.

## FRUTAS SUBTROPICALES

Además de los frutos rojos, otros cultivos frutales que se están desarrollando son los subtropicales. La chirimoya ya está asentada en la costa andaluza desde hace muchos años y desde hace años los agricultores han empezado a apostar por otros cultivos como la papaya o el mango. En 2021 España contaba ya con 2.830 hectáreas de chirimoyo en producción, según datos del Ministerio de Agricultura.

Otros cultivos de frutas subtropicales que se van afianzando dentro de la agricultura española son el mango, la papaya y la piña. En 2021 había registradas 5.383 hectáreas de mango; 454 hectáreas de papaya (la mayor parte de ellas en invernadero) y 153 hectáreas dedicadas al cultivo de la piña tropical, según los datos del Ministerio de Agricultura. En todos los casos, la superficie de 2021 fue superior a la del año anterior.

La producción nacional de piña hizo posible que se exportaran unas 28.643

toneladas en 2021 (5.000 toneladas más que en el año precedente). Asimismo, también se vendieron en el exterior 65.721 toneladas de mangos y guayabas, muy por encima 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 2021 ya había 5.885 hectáreas en España.

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 2021 la superficie cultivada se redujo y se situó en 16.683 hectáreas. El cultivo del caqui se concentra también en la Comunidad Valenciana y cuenta también con una marca de calidad reconocida: la Denominación de Origen Protegida Kaki Ribera del Xúquer. En el año 2021 se exportaron 189.832 toneladas de esta fruta, 11.000 t. menos que el año anterior. El comercio de caqui se concentra principalmente en el último trimestre del año y la fruta tiene muy buena aceptación en los mercados internacionales

## FRUTOS ROJOS

Según los datos de la organización de la 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%.

La superficie dedicada al cultivo de frutos rojos en España se concentra mayoritariamente en Andalucía

(93%), que también es la región que produce el 97% de la cosecha total, gracias a que los rendimientos que se obtienen son mayores que en otras regiones.

En España, las dos producciones más importantes son la frambuesa y el arándano, si bien existen otras producciones como las moras o las grosellas, que se destinan principalmente a la exportación.

Tras varios años en los que la producción no experimentó cambios, en 2020 volvió a aumentar la superficie destinada al cultivo de frambuesa y lo mismo sucedió en 2021, llegando a 3.407 hectáreas (469 hectáreas más). La mayor parte de esta superficie son tierras de invernadero.

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 fueron las ventas de arándanos (89.644 toneladas, unas 23.500 más que

en 2020), seguidas de las de frambuesas (63.836 toneladas, 4.600 más que en 2020), pero también se exportaron 5.108 toneladas de moras y unas 900 toneladas de grosellas (en ambos casos, volúmenes superiores a un año antes).

Como sucede con otras frutas, la producción ecológica se va abriendo paso también en el sector de los frutos rojos. En 2021 había cerca de 1.700 hectáreas dedicadas a estas producciones, la mayor parte de las cuales estaba en Andalucía.

## 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 paradisiaca*, de donde probablemente han derivado otras plantas del género *Musa*.

Sin embargo, dentro de este grupo de frutas la especie más extendida es la *Musa sapientium* (*Musa cavendishi*), que supone el 70% de la producción.

Con la mejor agua  
se obtienen los  
**plátanos**  
más exquisitos



Los plátanos de La Palma

EL SABOR DE CANARIAS

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

	2019	2020	2021
MUNDO	116.781	119.833	114.630
UE	642,8	658,3	639
ESPAÑA	396,7	420,1	417,6

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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 2021 fue peor que la del año anterior, ya que se registró un descenso del 1% y se produjeron 417.600 toneladas. En ese descenso de la producción tuvo mucho que ver la erupción de un volcán en la isla de La Palma, que es una de las principales zonas de producción de las islas.

La superficie de plataneras en Canarias ronda las 9.660 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 comercializó en el mercado nacional, si bien al internacional se destina también una buena parte, según datos de Aduanas. Así, en 2021 se exportaron 112.800 toneladas de plátanos (20.000 toneladas más que un año antes), mientras que se importaron 369.700 toneladas de plátanos y bananas, un volumen superior en un 14% al del año anterior.

En la Unión Europea, la producción total de plátanos y bananas en 2021 rondó las 639.000 toneladas, un volumen un 3% inferior al producido en el año anterior. Además de España, que aporta casi el 90% de la producción, también hay producción de bananas en

Francia, Portugal, Grecia y Chipre, así como también en Martinica y Guadalupe.

La producción comunitaria es muy poca para abastecer la demanda, que en el año 2021 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 descendió de nuevo y logró rondar los 115 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 el año 2021 en España había 307.343 hectáreas dedicadas al cultivo de los cítricos, un 0,1% más que en 2020, que se concentraban en el litoral este y suroeste de la península, especialmente en la Comunidad Valenciana (60%), Andalucía (25%), Murcia (10%) y Cataluña (3%).

Por cultivos, el naranjo es todavía el que más superficie ocupa en España: 146.917 hectáreas en 2021 de naranjo dulce y 320 hectáreas de naranjo amargo. La segunda posición en cuanto a superficie la ocupa el mandarino, con algo más de 102.939 hectáreas y la tercera el limonero, con 53.077 hectáreas. Además de estas producciones, también se cultivan en España pomelos y otros cítricos, que cuentan con una superficie de 2.922 hectáreas y de 1.169 hectáreas respectivamente.



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.

## CÍTRICOS EN ESPAÑA

La campaña 2020/2021 terminó con una producción final de algo más de 7 millones de toneladas, de las que 3,5 millones eran naranjas, 2,3 millones mandarinas, 1,1 millones de toneladas limones y el resto pomelos.

Por su lado, la producción nacional de cítricos en la campaña 2021/2022 se situó por encima de los 6,57 millones de toneladas, un 7% menos que en la campaña anterior, que fue muy buena por otra parte. De esta producción, el grueso (3,53 millones de toneladas) correspondió a la producción de naranja dulce.

El resto de la producción fue para las mandarinas (2,12 millones de toneladas) limones (algo más de un millón toneladas) y pomelos (82.650 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 en satsumas y clementinas, tienen el inconveniente de tener pipas, lo cual comercialmente resta mérito a estas frutas.

La gran versatilidad de estos cítricos permite escalonar las fechas de recolección. Cada vez se buscan

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

PRODUCTO	2019/2020	2020/2021	2021/2022
NARANJAS	3.279,5	3.496	3.527,80
MANDARINAS	1.831,9	2.346	2.122,4
LIMONES	932	1.141,6	1.034
POMELOS	70,6	81,6	82,65
TOTAL	6.164,2	7.065,20	6.573,3

FUENTE: MAPA

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

CC.AA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	1.578,41	1.715	1.734,6
BALEARES	8,9	6,1	6,7
CANARIAS	13,5	12,4	11,1
CATALUÑA	25,5	43,5	36,2
COMUNIDAD VALENCIANA	1.526,9	1.595,8	1.437,6
MURCIA	123,7	120,8	127
OTRAS CCAA	2,5	2,4	2,8
TOTAL ESPAÑA	3.279,5	3.496	3.356

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	45.732	47.400	48.800
UE	6.205	6.380	6.200
ESPAÑA	3.279,45	3.496	3.356

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

más en España variedades muy tempranas y muy tardías, para no coincidir con los envíos de Marruecos e Israel.

El auge de las mandarinas obedece, en parte, a que no tenemos tanta competencia como en naranjas y que las mandarinas se venden bien porque tienen pesos pequeños y se amoldan a la economía familiar.

La producción de limones también ha experimentado un importante auge en España gracias al mercado exterior. La posición geográfica española permite anticipar las cosechas a las de otros países mediterráneos, sin tener que adelantar las recogidas.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MANDARINAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	465,4	524	557,1
CATALUÑA	72,9	143	120
COMUNIDAD VALENCIANA	1.174,9	1.557	1.302
MURCIA	116,9	121	123,6
OTRAS CCAA	1,8	1	19,6
TOTAL ESPAÑA	1.831,9	2.346	2.122,4

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE MANDARINAS, CLEMENTINAS Y SATSUMAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2019	2020	2021
MUNDO	31.878	35.100	37.900
UE	2.834	3.117	3.000
ESPAÑA	1.831,9	2.346	2.122,4

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE POMELOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	25,4	30,6	30,8
COMUNIDAD VALENCIANA	18,9	16,7	16,3
MURCIA	25,9	33,7	35,5
OTRAS CCAA	0,4	0,6	0,3
TOTAL ESPAÑA	70,6	81,60	82,9

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE POMELOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2019	2020	2021
MUNDO	6.767	6.700	7.000
UE	95	96	97
ESPAÑA	70,6	81,6	82,9

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

## 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 eran españolas el 54,1% de las naranjas, el 66,5% de los limones, el 71% de las clementinas (satsumas y mandarinas incluidas) y el 85,5% de los pomelos de toda la UE. Consecuentemente, en consonancia con España la UE tuvo un balance negativo para los cítricos en la campaña 2021/22. Se produjeron cerca de 6,2 millones de naranjas; 3 millones de mandarinas y clementinas, así como también 1,5 millones de limones.

A nivel mundial, las cosechas fueron mejores en la campaña 2021/2022. Según los datos del departamento de Agricultura del gobierno norteamericano, aumentó la producción de mandarinas, limones y pomelos, mientras que la de naranjas quedó por debajo de la anterior campaña.

## LÍDERES EN EXPORTACIÓN

En cuanto al comercio, el sector de los cítricos abandera las exportaciones de frutas de España tanto en valor como en volumen. En 2021, segundo año de la pandemia, se exportaron 3,78 millones de toneladas en total, un 0,1% menos que en el año anterior, según datos de Comercio que tienen en cuenta el año natural, no la campaña de comercialización.

De estas ventas totales, 1,57 millones de toneladas fueron naranjas; 1,32 millones corresponde a mandarinas; 74.363 toneladas a pomelos y 734.236 toneladas a limones.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LIMONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	110,67	118,3	111,2
COMUNIDAD VALENCIANA	258,9	304,2	245,9
MURCIA	547,9	707	641,3
OTRAS CCAA	14,4	12,1	13,6
TOTAL ESPAÑA	931,95	1.141,60	1.012

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE LIMONES Y LIMAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2019	2020	2021
MUNDO	8.447	9.100	9.500
UE	1.480	1.640	1.520
ESPAÑA	931,95	1.141,60	1.012

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

Las importaciones, por su parte, fueron menores que un año antes en el caso de la naranja (se compraron 179.289 toneladas, un 6% menos). Por el contrario, aumentó la importación de mandarina (47.961 toneladas) y limones (39.997 toneladas).

## CÍTRICOS PARA ZUMOS

Si bien la mayor parte de la producción de naranjas y mandarinas se destina al consumo en fresco, cerca de 1,5 millones de toneladas de estas frutas van a otros usos entre los que destaca la industria de zumos.

A este respecto, hay variedades de naranjas que dan poco rendimiento en zumo (las navel, del 30-35%) por lo que se buscan las blancas selectas y comunes que sí dan buenos rendimientos (alrededor del 40-42%). Lo mismo ocurre con las mandarinas clementinas (40% de zumo) y con los limones comunes (25% de zumo)

frente a otras mandarinas (33%) y limones selectos (verdelli y primofiori, 20%).

Asimismo, anualmente en torno a 50.000 toneladas de mandarinas, en su mayoría satsumas, se destinan a la industria de gajos en conserva y generan en torno a 40 millones de euros. Prácticamente el 95% de la producción de gajos en conserva se exporta, pues en España el consumo es muy minoritario.

También una pequeña parte de la producción de naranjas se destina, junto con los destríos, a elaborar mermeladas, jaleas, confituras y cortezas para la pastelería.

Finalmente, una de las producciones más singulares derivadas de los cítricos es la mermelada de naranja amarga, que se obtiene a partir de cortezas de esta fruta y que tiene mucho más éxito en Reino Unido que en el mercado español. ■

## 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.

Otros países con grandes producciones son Turquía, China e Irán. España ocupa el noveno lugar en la producción mundial.

La producción española de frutos secos resulta muy variable de año en año debido a la incidencia de las heladas, que afectan a la floración y al posterior cuajado del fruto. Este problema afecta a los principales países productores, lo que determina grandes oscilaciones de precios.

### ALMENDRAS Y AVELLANAS

El almendro, el avellano, el castaño y el nogal son las cuatro variedades de frutales de fruto seco que más superficie ocupan en España. Mientras el cultivo de los dos primeros se ha ido reduciendo progresivamente en las últimas décadas, más en el caso del avellano que en el del almendro, el cultivo del nogal está en auge.

PRINCIPALES PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE FRUTOS SECOS  
(Miles de toneladas)

PRODUCTO	2019	2020	2021
ALMENDRAS (CÁSCARA)	331,95	421,61	325,83
CASTAÑAS	160,8	188,7	115,8
AVELLANAS (CÁSCARA)	12,6	5,6	5
NUEZ (CÁSCARA)	15,1	17,1	17,2

FUENTE: MAPA

En 2021 había cerca de 867.646 hectáreas dedicadas al cultivo del almendro, de las cuales 744.048 hectáreas (22.252 más que en 2020) eran de almendros para uso comercial y el resto tierras abandonadas o no comerciales.

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

La producción de almendra resultó finalmente inferior a la de la anterior campaña pasada, pues se recogieron 325.7830 toneladas cáscara (un 23% menos). La cosecha nacional representó el 72% de la comunitaria, que en 2020 también fue superior 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 molla-

res. El desarrollo del almendro en Estados Unidos ha sido espectacular y se ha basado en la mecanización y en la utilización de variedades de elevados rendimientos en plantaciones regulares.

Además, han conseguido importantes reducciones arancelarias de la Unión Europea, que es uno de los principales consumidores mundiales de almendra. Incluso España, donde las importaciones de almendras no eran muy frecuentes, utiliza cada vez más almendra californiana para la elaboración de turrone, mazapanes y bollería.

En los últimos años, el sector de la almendra ha vivido una auténtica revolución gracias al incremento del consumo mundial y a la llegada de nuevas variedades de almendros más productivos.

No obstante, la evolución del cultivo depende mucho de las condiciones climáticas de los primeros meses del año.

Respecto a la avellana, la cosecha nacional en 2021 fue mala, al igual que sucedió en el año anterior. Al final, se recogieron sólo 5.000 toneladas en cáscara (unas 600 menos que en 2020). Ese año había cultivadas en España un total de 16.069 hectáreas, de diversas variedades (negretas, cordobesas, asturianas, etc.), una superficie menor que un año antes.

Con el paso de los años, la producción comercial de avellanas se ha ido reduciendo prácticamente a la provincia de Tarragona debido a que el cultivo es poco rentable.

Las avellanas son un fruto característico de los países de la cuenca del Mediterráneo. Desde Grecia pasaron a Turquía por el este y a Italia y España por el oeste. Turquía es actualmente el principal productor mundial (67%) e Italia es el principal productor comunitario y segundo a nivel mundial. Las avellanas proporcionan mayores rendimientos en grano (45%) que las almendras.

Almendras, avellanas y los demás frutos secos se suelen recolectar en el hemisferio norte desde finales de verano hasta mediados de otoño. El momento de la cosecha viene determinado en las almendras y otros frutos secos cuando el fruto se abre y deja ver la almendra existente en su interior, que es la capa más interna del fruto.

Dentro de esa cáscara dura está la almendra grano que es la verdadera semilla. Las almendras y avellanas pueden comercializarse en cáscara o en grano, pero cada vez va siendo más infrecuente su venta al

#### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE NUEZ (CÁSCARA) (Miles de toneladas)

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	2,7	3,4	2,6
CASTILLA-LA MANCHA	1,7	1,67	1,98
CATALUÑA	2,2	2	2,2
EXTREMADURA	2,2	1,85	3,7
GALICIA	1,8	2,7	1,8
OTRAS CCAA	4,5	5,5	4,9
TOTAL ESPAÑA	15,1	17,1	17,2

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	3.986	4.400	4.450
UE	198	207	210
ESPAÑA	15,1	17,1	17,2

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

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

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	112,5	161,5	82,8
ARAGÓN	60,7	74,7	71,5
BALEARES	4,6	3,9	2,6
CASTILLA-LA MANCHA	53,5	74,5	47
CATALUÑA	22,3	25,8	23,2
COMUNIDAD VALENCIANA	35,9	29,6	32,3
LA RIOJA	4,1	4,9	5,5
MURCIA	24,9	29,2	35,2
NAVARRA	2,5	3,7	3,4
OTRAS CCAA	10,9	13,8	22,3
TOTAL ESPAÑA	331,95	421,61	325,83

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	3.497	4.967	4.655
UE	474,5	560,0	450
ESPAÑA	331,95	421,61	325,83

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

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.



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

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	5,2	4,1	4
CASTILLA Y LEÓN	7,2	8,4	6,5
EXTREMADURA	4,7	6,3	4,7
GALICIA	142,9	169	100
OTRAS CCAA	0,8	0,9	0,6
TOTAL ESPAÑA	160,8	188,7	115,8

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	2.289	2.322	2.100
UE	309	324,2	200
ESPAÑA	160,8	188,7	115,8

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	885,2	1.125,3	1.000
UE	10,6	21,6	23
ESPAÑA	447,7	335,6	254,1

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA


**NUECES, CASTAÑAS Y PISTACHOS**

En los últimos años se ha registrado en España un significativo aumento del cultivo del nogal. Así, en 2021 había de 15.335 hectáreas dedicadas al nogal de fruto. Por su lado, al igual que contrario de lo que sucedió en 2020, la producción de nueces fue buena, pues se recogieron 17.200 toneladas en cáscara, un 1% más.

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 2021 se elevó a 24.703 hectáreas (unas 700 hectáreas más que un año antes).

La producción de castaña por su parte quedó en 115.800 toneladas cáscara, un volumen inferior en un 39% al de 2020. En España, la producción de castaña se concentra principalmente en Andalucía y en Galicia y se destina básicamente a la alimentación animal, aunque los frutos más sanos van a la alimentación humana, bien para consumo directo, bien como castañas totalmente desecadas (castañas “pilongas”).

También se consume parte de la producción como mermelada de castañas y los famosos “marrón glacés”, que son los frutos cocidos, pelados, embebidos en agua azucarada y glaseados con azúcar.

Por su lado, los pistachos son frutos secos que se abren fácilmente, contienen unas semillas de sabor parecido al de los piñones y se utilizan como “snacks”. La mayor parte de los pistachos se importa de otros países mediterráneos y de Oriente Próximo, pero desde hace varios años el cultivo está creciendo considerablemente en España.

En 2021 la superficie cultivada en España ascendía a 55.032 hectáreas (casi 11.000 hectáreas más que en el año anterior).

Finalmente, los piñones son frutos secos de consumo frecuente en España. Los piñones se recolectan en los pinos piñoneros, pero los altos costes de recolección sitúan al fruto tostado y pelado a precios muy altos, que no pueden competir con la producción que vienen de fuera.

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 importa del exterior pistachos, anacardos, nueces de Brasil, macadamias y, en general, otras especies que contribuyen a diversificar la oferta de frutos secos en el mercado interior y satisfacer las exigencias de la demanda.

Los frutos secos se suelen consumir directamente, una vez extraída la cáscara. Una buena parte de la producción de frutos secos se destina a la fabricación de "snacks" y diversos aperitivos, pero también hay un pequeño consumo, cada vez menor, de almendras y otros frutos recubiertos de azúcar (peladillas, garrafiñadas, etc.).

Sin embargo, el principal destino de los frutos secos es el industrial. Las industrias turroneiras, 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 2021, entre almendra grano y cáscara se exportaron unas 122.564 toneladas (un 20% más que un año antes), por un valor de 647,8 millones de euros (también muy por encima del valor del año precedente). Al mismo tiempo, se importaron 125.541 toneladas (un 12% más), por un valor de 434 millones de euros.

El país de procedencia de la mayor parte de la almendra que llega a España es Estados Unidos, que es quien domina el mercado mundial desde sus producciones de California.

Para las avellanas las cifras fueron significativamente inferiores. Así, se exportaron unas 4.406 toneladas con y sin cáscara y se importaron 7.252 toneladas, en ambos casos por encima 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, importamos anualmente cantidades importantes de nueces (32.431 toneladas en 2021, un volumen superior en un al del año precedente) y exportamos cerca de 2.560 toneladas (con cáscara y sin ella, en ambos casos), según datos de Aduanas.

También Estados Unidos está entre los países a los que más nueces les compra España y otro país netamente importador es Chile.

Asimismo, entre las exportaciones de frutos secos destacan las partidas de castaña, que en el año 2021 se elevaron a casi 10.988 toneladas (un 8% menos que un año antes) frente a unas importaciones de 4.019 toneladas (un 1% más). En todos estos datos se incluyen tanto las compras de frutos con cáscara, como sin ella.

Por su lado, España también exporta pequeñas cantidades de pistachos, con cáscara y sin ella (2.083 toneladas en 2021, un volumen un 14% por encima de 2020), e importamos más de 15.648 toneladas (8% más que un año antes).

Igualmente, el comercio de piñones también es muy importante por su alto valor económico. ■

## 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 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 hortalizas ha ido perdiendo peso en la agricultura española, nuestro país sigue siendo una potencia mundial en este tipo de producciones. La merma en la superficie cultivada se ha compensado con un aumento de la productividad por hectárea.

Gracias al escalonamiento de cosechas, en España es posible disponer de una variada oferta de hortalizas durante prácticamente todo el año. Así ocurre con los pimientos, los pepinos, las cebollas y los tomates.



En un mismo terreno se puedan cultivar numerosas hortalizas, a veces asociadas, a veces siguiendo una rotación, o secuencia estacional. Ello permite a los agricultores planificar la oferta y adaptarse con cierta facilidad para campañas sucesivas a la demanda.

De todos modos, la demanda es relativamente estable y generalmente suele adaptarse a la oferta de temporada, que es la que le proporciona hortalizas a mejor precio.

La producción de hortalizas en 2021 experimentó un crecimiento en volumen del 4,3% y una subida de los precios del 4,7%, según las estimaciones del Ministerio de Agricultura, de cara a calcular la renta agraria nacional. En estos datos están incluidas las aportaciones del sector de las flores y plantas.

En euros corrientes, la producción generada por el sector de las hortalizas alcanzó en 2021 un valor (a efectos de calcular la renta agraria) de 10.704,8 millones de euros. La hortaliza que más aporta a generar la renta agraria anual es el tomate.

Con relación a la Producción Vegetal Final de España, las hortalizas (patata no incluida) representaron en 2020 el 31,8% (por debajo del porcentaje del año 2019) y con respecto a la Producción Agraria total, este subsector representó el 19%, también por debajo del año anterior.

En España se cultivaron en 2021 cerca de 207.700 hectáreas de hortalizas, según datos del Ministerio de Agricultura El grueso de estas superficies eran tierras de regadío y en torno al 70% era cultivo al aire libre y el 30% invernaderos. Los cultivos que más superficie ocupan y con mucha diferencia con relación al resto, son el ajo, el melón y la cebolla.

## EL LIDERAZGO DEL TOMATE

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 56.200 hectáreas, de las que la mayor parte eran de tomate para uso industrial (35.000 hectáreas). Comparados con los datos de 2020, se apreció un ligero aumento en las tierras cultivadas.

La lechuga, con 33.700 hectáreas (3.700 hectáreas más que en 2020), la cebolla y el ajo (con aproximadamente 29.700 hectáreas y 26.000 respectivamente), son los cultivos más extendidos. En el caso del ajo, se observa también un fuerte crecimiento de las siembras en los últimos años, en consonancia con un aumento de la demanda.



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

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	2.114,2	1.738,7	1.763
ARAGÓN	47,5	31,3	8,6
BALEARES	8,6	8,2	8,1
CANARIAS	71,6	65,4	65,3
CASTILLA-LA MANCHA	73,9	70	85,9
CATALUÑA	43,8	42,7	37,5
COMUNIDAD VALENCIANA	86,4	68,5	68,3
EXTREMADURA	2.223,8	1.782,6	2.218,3
GALICIA	85,7	84,8	89,7
LA RIOJA	14,5	13	9,3
MURCIA	276,8	217,2	197
NAVARRA	146,7	171,13	184,1
OTRAS CCAA	19	19	40
TOTAL ESPAÑA	5.213	4.313,0	4.775,4

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	183.015	186.822	187.000
UE	17.040	16.544	17.523
ESPAÑA	5.213	4.313,0	4.775,4

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

Por su parte, la producción nacional total de hortalizas en el año 2021 se acercó a los 13,6 millones de toneladas, entre producciones de tallo y hoja (lechuga, col, etc.), de fruto, de flor (alcachofa y coliflor), de bulbo y raíz (ajo, cebolla, etc.), leguminosas (judías, guisantes, etc.). En este dato, que supuso un retroceso respecto a la producción del año 2020, no está incluida la patata que en algunas estadísticas es considerada como hortaliza.

Como ya es habitual, la mayor producción hortícola española en 2021 fue la de tomate (con más de 4,77 millones de toneladas y un incremento del 11% respecto al año anterior, cuando la producción se redujo), entre producción para el consumo en fresco y en conserva (que supone casi la mitad), seguida del pimiento (1,557 millones de toneladas, un 7% más).

La tercera hortaliza en importancia por su volumen es la cebolla, cuya producción llegó a 1,42 millones de toneladas, un 9% más entre todas las variedades.

Otros cultivos hortícolas emblemáticos de la producción española como el calabacín, la alcachofa o el ajo tuvieron un balance positivo en 2021, al igual que los pepinos, las judías verdes o las zanahorias. Por el contrario, el brócoli o las berenjenas saldaron el año con una menor producción.

## COMERCIO EXTERIOR

El aumento de la oferta, la desestacionalización y las cada vez mejores técnicas de conservación han permitido mejorar los intercambios de hortalizas entre unos países y otros.

España se ha convertido con los años en un exportador neto de este tipo de producciones. En el año 2021, las exportaciones totales alcanzaron un volumen de 5,7 millones de toneladas, frente a los 5,6 millones del año 2020.

La primera posición en el ranking de las exportaciones de hortalizas fue para el pimiento, con 863.582 toneladas, seguido de la lechuga (811.703 toneladas) y el tomate (662.487 toneladas).

El ranking lo completaron el pepino (660.312 toneladas), las coles y el brócoli (539.283 toneladas), el calabacín (450.828 toneladas) y la cebolla (338.581 toneladas).

Por su lado, la importación de hortalizas (sin incluir la patata) ascendió en 2021 a cerca de 702.000 toneladas, frente a las 648.452 toneladas de 2020. El

# Onuba

(603345)

Un tomate cherry  
único por su intenso  
sabor y textura



Estallido  
de SABOR

syngenta®

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 estima en cerca de 60.600 millones de euros. Con respecto a la Producción Agraria final, el sector de las hortalizas de la UE representa 15% aproximadamente.

En la Unión Europea, el cultivo de hortalizas ocupó cerca de 2,5 millones de hectáreas en el año 2021. La producción comunitaria de hortalizas ronda los 60 millones de toneladas anuales y las tres producciones estrella son el tomate, la cebolla y la zanahoria. También tienen importancia las producciones comunitarias de pepino y calabacín.

A este respecto, el principal cultivo hortícola de la UE es el tomate. En 2021 la producción comunitaria de tomate alcanzó los 17,5 millones de toneladas, muy por encima del año anterior. De la producción total, algo más 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 2021 aumentó por la subida de la cosecha española y se mantuvo en 1,6 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 2021 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 SETAS

Aunque a veces son considerados una verdura, lo cierto es que los champiñones no lo son porque carecen de clorofila y no realizan la fotosíntesis: por estas razones no son vegetales sino hongos. Además, tienen una textura blanda y jugosa y su sabor es muy agradable al paladar.

Estos hongos, cuyo color oscila entre el beige al marrón oscuro, aportan grandes beneficios a la dieta, pues son ricos en minerales como el selenio, el magnesio, el fósforo, el yodo, el calcio el zinc, el potasio y las vitaminas A, B1, B2, B5, B9, C, D y E, además de proteína y fibra.

En este sentido, Una de las propiedades más destacables de los champiñones es su alto contenido en proteínas, que es superior al de cualquier verdura. En concreto, 100 gramos nos aportan cerca de 4 gramos de proteína.

El champiñón está formado por tres partes bien diferenciadas: «el sombrero», de color blanco y forma redondeada, que es la parte más carnosa del hongo; «el pie», cilíndrico con anillo (también de color blanco), que sirve de soporte al sombrero; y el «himenio» o conjunto de laminillas dispuestas a manera de radios, que van desde el pie hasta el borde externo del sombrero en el que se forman las esporas.

El cultivo industrial del champiñón nació en Francia aproximadamente a principios del siglo XX (se conocía como “seta de París”), pero muchos años antes los campesinos franceses fueron los primeros en cultivar los micelios de este hongo en lugares oscuros y húmedos (cavas, sótanos, bodegas, etc.). De Francia, el cultivo pasó a los países vecinos y posteriormente llegó a América.

Los champiñones son muy productivos y transforman rápidamente la materia orgánica, produciendo en tres o cuatro semanas unos 3 kilos 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.

### CHAMPIÑÓN EN ESPAÑA

La superficie dedicada al cultivo del champiñón en la campaña 2021 ascendió a 44.489 hectáreas y la producción obtenida se acercó a las 146.350 toneladas, según los datos del Ministerio de Agricultura.

La producción se concentra en ocho comunidades autónomas, incluidas Baleares y Canarias, pero funda-

mentalmente en dos: Castilla-La Mancha y La Rioja. En la primera predomina la producción para el consumo en fresco y en la segunda se destina más a la industria conservera.

En 2021 la producción de Castilla-La Mancha rondó las 77.000 toneladas y en La Rioja las 67.300 toneladas. Además de champiñones se producen otras setas, especialmente en Castilla-La Mancha. En el año 2021 la producción nacional llegó a 17.483 toneladas, de las que 10.572 se cultivaron en la región castellano-manchega y 6.264 toneladas en La Rioja.

En la Unión Europea, la producción de champiñones supera los 1,1 millones de toneladas, de las cuales el 65% se destina a su consumo en fresco y el 35% restante al mercado de los procesados.

Por países, el primer productor es Polonia (24%), seguido de Holanda (22%), España (12%) y Francia (8%). También son grandes productores países como Alemania, Irlanda, Austria e Italia, y en menor medida, Hungría y Bélgica, según datos del Grupo Europeo de Cultivadores de Champiñones (GEPC, en sus siglas en inglés).

A nivel mundial, la producción de champiñones se estima en torno a los 12 millones de toneladas, de los que un 75% corresponde a la cosecha de China.

## PATATA Y OTROS TUBÉRCULOS

La patata o papa es el tubérculo es una especie herbácea, que perteneciente 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 sus 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.

También aporta vitamina B6 y minerales como fósforo, hierro y magnesio, si bien, los aportes más significativos son los de potasio (25%). Estos aportes, unidos a un escaso contenido en sodio, la convierten en un alimento recomendable en caso de hipertensión o afecciones cardiovasculares, por sus propiedades diuréticas y vasodilatadoras.

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

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

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	300,8	307,8	315
ARAGÓN	14,9	14,4	12,7
ASTURIAS	7	9,8	7,8
BALEARES	50,4	50,5	47,7
CANARIAS	89,5	78,1	78,1
CANTABRIA	5,1	4,8	3,5
CASTILLA Y LEÓN	933	830,1	809,3
CASTILLA-LA MANCHA	67	60,7	54,4
CATALUÑA	19,3	22,3	22
COMUNIDAD VALENCIANA	73,6	61,3	78
EXTREMADURA	26,1	33	30
GALICIA	372,5	283,7	381,7
LA RIOJA	46	40	38
MADRID	10,5	38,2	29
MURCIA	192	152,6	164,2
NAVARRA	10,7	10,7	12,1
PAÍS VASCO	50,2	53,8	57,8
TOTAL ESPAÑA	2.269	2.051,8	2.141,3

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	354.812	359.071	359.100
UE	51.085	53.959	54.000
ESPAÑA	2.269	2.051,8	2.141,30

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

	2020	2021
PATATA EXTRATEMPRANA	81,2	75,4
PATATA TEMPRANA	411,0	445,6
PATATA DE MEDIA ESTACIÓN	884,7	909,8
PATATA TARDÍA	675,0	723,5
PATATA TOTAL	2.051,8	2.141,3

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES HORTALIZAS Y TUBÉRCULOS (Miles de toneladas)			
PRODUCTO	2019	2020	2021
AJOS	274,6	269,1	309,4
ALCACHOFAS	206,5	205,1	215
BERENJENA	231,2	282,2	266,7
BRÓCOLI	531,9	590,9	537,3
CALABACINES	602	631,2	665,2
CEBOLLAS	1.369,6	1.299,7	1420,5
COLIFLORES	208,7	215,8	207,5
JUDÍAS VERDES	141,3	148	150,6
LECHUGAS	1.008,5	961,9	1076,7
PEPINOS	739	795	753,4
PIMIENTOS	1.441,4	1.470,0	1.571,20
TOMATES	5.213	4.313,0	4775,4
ZANAHORIAS	386,2	392,8	417

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHUGAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	333,2	308,6	307,1
CANARIAS	31,5	32,6	32,7
CASTILLA-LA MANCHA	68,5	66,8	62,7
CATALUÑA	19,5	20,3	18,7
COMUNIDAD VALENCIANA	64	68,4	67,1
MURCIA	430,4	404,3	419,5
OTRAS CCAA	61,4	60,7	68,9
TOTAL ESPAÑA	1.008,5	961,9	1.076,7

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE LECHUGAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2019	2020	2021
MUNDO	27.285	27.661	27.700
UE	3.688,3	3.669,7	3.800
ESPAÑA	1.008,5	961,9	1.076,7

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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 2021 aportó cerca del 0,7% de la Producción Final Agraria y el 1% de la Producción Vegetal, según datos del Ministerio de Agricultura.

Al contrario que en el año anterior, este cultivo registró en 2021 un aumento importante en el volumen de producción. Según los datos del MAPA a efectos de calcular la renta agraria, la producción de patata creció en volumen un 4,4%, al tiempo que los precios subieron de media un 2,6%.

Con estos datos, el valor generado por este sector a efectos de calcular la Producción Final Agraria (PFA) se situó en 562,6 millones de euros a precios corrientes.

A nivel de cultivo, la superficie se incrementó. Se sembraron 66.000 hectáreas en todo el territorio nacional, un 0,9% más que un año antes. En cuanto a la producción, ésta se situó en 2,14 millones de toneladas, un volumen superior en un 4% al del año precedente, según estimaciones del MAPA.

Aunque la producción está extendida por todo el territorio nacional, las regiones con mayor producción de patata en 2021 fueron Castilla y León (37,8% del total), Galicia (17,8%), Andalucía (114,7%) y la Región de Murcia (7,7%).

Por variedades, en 2021 se registraron aumentos en las campañas temprana, media estación y tardía, así como también descensos en extra-temprana. La producción de media estación fue la mayor de todas las cosechas, pero no llegó al millón de toneladas (909.845 toneladas).

Respecto al comercio exterior, como es habitual en 2021 España volvió a ser un país netamente importador de patata, aunque las compras exteriores descendieron. Así, se importaron 878.100 toneladas de patata, un 4% menos que un año antes, por valor de 235 millones de euros.

En cuanto a las exportaciones españolas de patata, en 2021 aumentaron un 17% las salidas en volumen, hasta 334.600 toneladas, por un valor de 112 millones de euros, según los datos de Comercio.

## PATATAS EN LA UE Y EN EL MUNDO

En la Unión Europea, la importancia del sector de la patata dentro de la agricultura es mucho mayor que en España. A efectos de calcular la renta agraria anual, la patata representa el 3,5% del valor de la Producción Agraria final. El valor aportado por este subsector a la renta agraria comunitaria ronda los 11.000 millones de euros anuales.

La producción total de la UE quedó en 54 millones de toneladas, un volumen ligeramente superior al





# Ibérica de Patatas



Las vemos nacer y crecer.  
Y, claro, al final nos cogen cariño.

**Sembrando confianza.** Las vemos nacer, utilizando las mejores semillas y siguiendo prácticas de cultivo sostenible. Observamos cómo crecen, frescas, ricas en nutrientes y sanas. Las almacenamos y transportamos en unas condiciones de climatización óptimas. Muestra de ello es que contamos con sistemas internos de control APPCC de seguridad y sistemas de gestión de calidad ISO 9001:2000. Y, por último, antes de entregarlas al consumidor, las vestimos con las mejores galas. En definitiva, en Ibérica de Patatas hacemos lo imposible para que sigan siendo las mejores patatas. Y es normal. Al final, también nos cogen cariño.



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

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	24,8	24,6	20,9
CATALUÑA	10,8	11,4	6,5
COMUNIDAD VALENCIANA	60	60,8	74
LA RIOJA	1,7	1,8	2
MURCIA	88,5	89,8	94,8
NAVARRA	16,4	12,6	12,6
OTRAS CCAA	4,3	4,1	4,2
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>206,5</b>	<b>205,1</b>	<b>215,0</b>

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	1.583	1.517	1.537
UE	634,8	609	620
ESPAÑA	206,5	205,1	215

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	979	1.047,9	1.104,2
ARAGÓN	2,1	1,6	1,3
BALEARES	3	1,6	1,7
CASTILLA-LA MANCHA	46,7	40,9	43,5
CATALUÑA	6,3	4,5	4,7
COMUNIDAD VALENCIANA	63,9	69,8	68,8
EXTREMADURA	29,1	30	51
GALICIA	71	56	71
LA RIOJA	5	6,2	5,5
MURCIA	180,4	165,0	173,7
NAVARRA	28,3	21,1	21
OTRAS CCAA	26,6	25,4	24,8
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>1.441,4</b>	<b>1.470</b>	<b>1.571,2</b>

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	38.027	38.100	38.200
UE	2.844,3	2.908,1	3.000
ESPAÑA	1.441,4	1.470	1.571,2

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	33,8	31,7	27
CATALUÑA	6,4	6,3	4,3
COMUNIDAD VALENCIANA	6,5	6,7	5,5
GALICIA	48,7	50,7	48,2
LA RIOJA	18	21,2	19
OTRAS CCAA	28	31,4	46,6
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>141,3</b>	<b>148</b>	<b>150,6</b>

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	22.950	23.277	23.280
UE	975	1.026	1.030
ESPAÑA	141,3	148	150,6

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	155,2	183,4	213,9
ARAGÓN	77,5	75,3	73
BALEARES	4,1	3,6	3,6
CANARIAS	7,6	8,0	8
CASTILLA Y LEÓN	81,3	75,3	84,2
CASTILLA-LA MANCHA	812,3	702,3	748,5
CATALUÑA	32,8	36,1	38,2
COMUNIDAD VALENCIANA	78	66,7	92,8
EXTREMADURA	5,1	3,1	1,8
GALICIA	31,7	31,0	31,8
LA RIOJA	2,9	2,4	2,4
MADRID	16,4	49,5	43,8
MURCIA	37,3	34,2	47,7
NAVARRA	23,8	25	29,2
OTRAS CCAA	3,6	3,8	1,6
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>1.369,6</b>	<b>1.299,7</b>	<b>1.420,5</b>

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	99.522	104.555	104.650
UE	6.600,0	6.648	6.750
ESPAÑA	1.369,6	1.299,7	1.420,5

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

del año anterior. Junto con España, los países con mayor producción de patata fueron Francia (16% del total), Holanda (13%) y Alemania (12%). Otros países con producción importante de patata son Gran Bretaña, Irlanda y Bélgica.

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

A nivel mundial, la producción de patata en 2021 superó los 359 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 regiones son importantes, como es el caso de la chufa en la Comunidad Valenciana.

En 2021 se sembraron 1.273 hectáreas de batata y unas 488 hectáreas de chufa, además de 56 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	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	193,2	245,8	231,2
CATALUÑA	4,7	3,3	3,3
COMUNIDAD VALENCIANA	12,8	12,7	12,4
EXTREMADURA	5,1	4,8	5,8
OTRAS CCAA	15,4	15,6	14
TOTAL ESPAÑA	231,2	282,2	266,7

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE BERENJENA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2019	2020	2021
MUNDO	55.377	56.619	56.600
UE	804	852	830
ESPAÑA	231,2	282,2	266,7

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CALABACINES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	499,9	522,9	561,3
BALEARES	4,2	4,1	4,3
CANARIAS	29,3	23	23
CATALUÑA	6,9	8,2	5,6
COMUNIDAD VALENCIANA	15,3	21,2	18,6
NAVARRA	7,7	10,2	7,9
GALICIA	6,1	6,8	6,1
MURCIA	14	17,6	18,2
OTRAS CCAA	18,6	17,2	20,2
TOTAL ESPAÑA	602	631,2	665,2

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE CALABACINES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2019	2020	2021
MUNDO	22.900	22.950	23.000
UE	1.550	1555	1580
ESPAÑA	602	631,2	665,2

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	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	148,6	150,2	154,6
CASTILLA Y LEÓN	185,6	189,0	206,2
CASTILLA-LA MANCHA	17,3	16,4	19,7
COMUNIDAD VALENCIANA	9,1	9,4	9,4
GALICIA	2,8	2,7	2,8
LA RIOJA	7,5	9,1	10
OTRAS CCAA	15,3	15,9	15
TOTAL ESPAÑA	386,2	392,8	417

FUENTE: MAPA

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

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	648,8	704,3	670
CANARIAS	36,8	35,2	35,2
CATALUÑA	10,2	9,5	9,3
COMUNIDAD VALENCIANA	6,3	6,7	5,4
EXTREMADURA	3,2	3,3	3,5
MADRID	13,8	13,8	5,4
MURCIA	16	18,9	20,3
NAVARRA	0,3	0,1	0,2
OTRAS CCAA	4	3,8	4,1
TOTAL ESPAÑA	739	795	753,4

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	87.976	9.259	9.250
UE	2.753,0	2.712	2.670
ESPAÑA	739	795	753,4

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	59	68,3	66
CASTILLA-LA MANCHA	173	161,7	198,8
CASTILLA Y LEÓN	20,4	18,5	21,3
OTRAS CCAA	22,2	20,6	23,3
TOTAL ESPAÑA	274,6	269,1	309,4

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	28.043	28.054	28.100
UE	398,7	400,8	440
ESPAÑA	274,6	269,1	309,4

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	45,7	61,4	43,5
CATALUÑA	6,9	8,5	6,9
COMUNIDAD VALENCIANA	39	37,5	36
LA RIOJA	10	9,7	9,4
MURCIA	31,1	34,1	35,2
NAVARRA	49,7	49	49
OTRAS CCAA	26,3	15,6	27,5
TOTAL ESPAÑA	208,7	215,8	207,5

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	25.786	25.532	25500
UE	2.159,0	2.175,2	2150
ESPAÑA	208,7	215,8	207,5

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	59,2	72	55,8
CASTILLA-LA MANCHA	23,1	23,7	27,2
ARAGÓN	27	28	28,1
COMUNIDAD VALENCIANA	61,9	66,7	67,4
EXTREMADURA	58,2	68,3	54,5
MURCIA	223,6	250,4	238
NAVARRA	72,4	71,8	59,6
OTRAS CCAA	6,5	10	6,9
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)**

	2019	2020	2021
*MUNDO	25.786	25.732	25700
*UE	2.159,0	2.175,2	2125
ESPAÑA	531,9	590,9	537,3

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT. \* Incluye coliflor

## FRUTAS Y HORTALIZAS

**E**spaña es la primera productora de frutas y hortalizas de la Unión Europea y la octava del mundo, mientras que sus cifras de exportación son de las más elevadas a nivel mundial.

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.

La producción de frutas y hortalizas está presente en todas las Comunidades Autónomas. En 2021, Andalucía produjo el 33% del total nacional; la Comunidad Valenciana el 19%, la Región de Murcia el 12% y Extremadura el 8%.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En España hay cerca de 550 organizaciones de productores de frutas y hortalizas, así como también 9 asociaciones que integran a organizaciones de productores, según datos del Ministerio de Agricultura. Asimismo, se calcula que hay en el sector unos 10.000 operadores, entre centrales de manipulado, comercializadoras, etc.

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
AMC Group Fresh and Juice, S.A (*)	1.350
Coop. ANECOOP	759,6
Grupo MartiNavarro (Citri&Co)	375
Sanlúcar Fruit, S.L. Grupo	681
Única Fresh, S.L.	500
Grupo Eurobanan	508
Grupo Nufri	400
Agroponente, S.A-Grupo	306
García Aranda, S.L	280
Alhóndiga La Unión, S.A.	310

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones

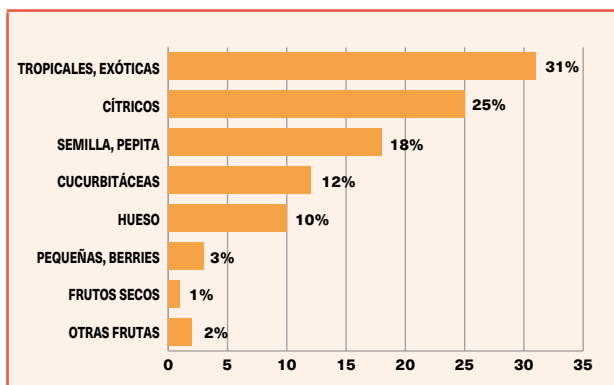
Por su lado, el INE en su directorio de empresas cifraba en 1.456 las dedicadas al procesado y conservación de frutas y hortalizas.

En cualquier caso, se trata de un sector que genera alrededor de 400.000 puestos de trabajo directos y 80.000 in-



### 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%



### VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS, HORTALIZAS Y PATATAS EN LA RED DE MERCAS 2022

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
MERCALGECIRAS	-	-
MERCALICANTE	250.734	343
MERCASTURIAS	68.573	86
MERCABADAJEZ	2.891	3
MERCABARNA	2.113.854	2.252
MERCABILBAO	231.855	285
MERCACORDOBA	49.796	52
MERCAGALICIA	25.253	32
MERCAGRANADA	137.016	160
MERCAIRUÑA	26.079	43
MERCAJEREZ	36.025	34
MERCALASPALMAS	146.271	196
MERCALÉON	13.317	21
MERCAMADRID	2.159.539	2.892
MERCAMÁLAGA	257.643	311
MERCAMURCIA	129.903	149
MERCAOLID	132.342	161
MERCAPALMA	161.563	170
MERCASALAMANCA	35.651	38
MERCASANTANDER	27.042	38
MERCASEVILLA	287.281	321
MERCATENERIFE	82.056	108
MERCAVALENCIA	196.976	206
MERCAZARAGOZA	95.629	99
TOTAL RED	6.667.289	8.001

FUENTE: Mercasa.



directos en labores 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.

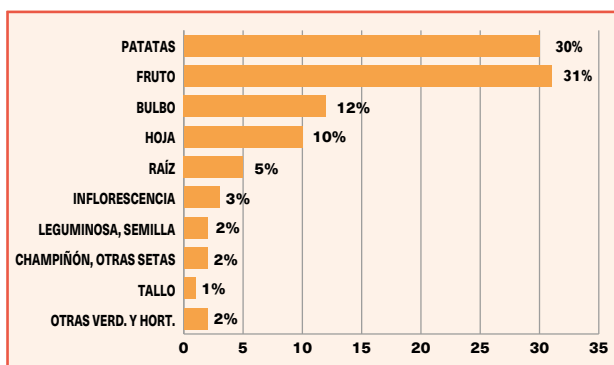
El cooperativismo está muy presente en este sector, tanto por el número de cooperativas que operan, como por su volumen de producción y comercialización.

El principal operador del mercado nacional de frutas y hortalizas frescas registró en 2021 una facturación superior a los 1.350 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 760 millones de euros, mientras que el tercero se acercó a los 681 millones de euros; el cuarto se situó en los 508 millones de euros y el quinto alcanzó los 500 millones de euros. ■



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 2021, los hogares españoles consumieron 2.682,0 millones de kilos de hortalizas frescas y gastaron 5.200,7 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 57,9 kilos de consumo y 112,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los tomates (13,0 kilos por persona y año), lo que representa un 22,5% del consumo total de hortalizas frescas, seguido de las cebollas (7,1 kilos per cápita y 12,3% del consumo total) y de los pimientos (5,1 kilos per cápita y 8,8% de consumo). Por su parte, las lechugas, escarolas y endivias representan consumos menores, alcanzando los 4,1 kilos por persona al año (7,1% del consumo total de hortalizas frescas).

En términos de gasto, los tomates concentran el 21,0%, con un total de 23,6 euros por persona, seguido de las lechugas, escarolas y endivias, con el 9,9% y un total de 11,1 euros por persona. A continuación, se encuentra el pimiento, que alcanza el 8,9% del gasto total en hortalizas frescas (10,0 euros por persona); y las cebollas, con un porcentaje del 8,1% y 9,1 euros por persona.





## CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	2.682,0	57,9	5.200,7	112,3
TOMATES	601,0	13,0	1.090,4	23,6
CEBOLLAS	329,4	7,1	420,6	9,1
AJOS	32,6	0,7	152,4	3,3
COLES	66,0	1,4	76,0	1,6
PEPINOS	101,0	2,2	139,0	3,0
JUDÍAS VERDES	77,2	1,7	244,8	5,3
PIMIENTOS	233,9	5,1	462,7	10,0
CHAMPIÑONES Y OTRAS SETAS	62,6	1,4	272,0	5,9
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	187,7	4,1	512,5	11,1
ESPÁRRAGOS	26,8	0,6	83,5	1,8
VERDURAS DE HOJA	60,5	1,3	156,5	3,4
BERENJENAS	77,9	1,7	121,1	2,6
ZANAHORIAS	162,3	3,5	153,4	3,3
CALABACINES	187,6	4,1	262,9	5,7
OTRAS HORTALIZAS Y VERDURAS	475,3	10,3	1.053,1	22,7
BRÓCOLI	58,7	1,3	105,7	2,3
ALCACHOFAS	55,9	1,2	118,2	2,6
APIO	19,6	0,4	31,2	0,7
COLIFLOR	29,6	0,6	50,1	1,1
VERDURAS Y HORTALIZAS IV GAMA	163,5	3,5	578,2	12,5
PUERRO	45,6	1,0	134,4	2,9

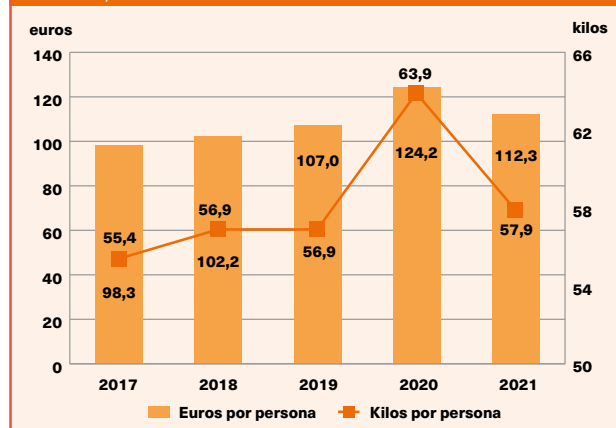
## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de hortalizas frescas ha contado con distintas oscilaciones que suponen un incremento final de 2,5 kilos por persona mientras que el gasto ha experimentado un incremento de 14,0 euros per cápita, con una influencia notable del año 2020 motivada por los efectos de la COVID-19 (con un ligero ajuste a la baja en el ejercicio 2021). En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado se pro-

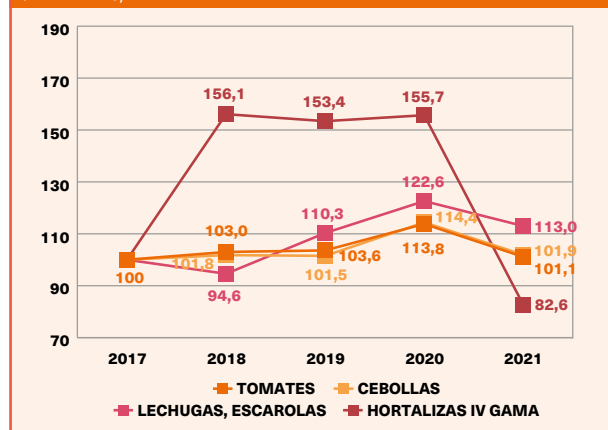
dujo en el año 2020 (63,9 kilos), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2020 (124,2 euros por consumidor).

En la familia de hortalizas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido desigual para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2017, el consumo de hortalizas de IV gama ha disminuido, mientras que en cebollas, tomates, lechugas, escarolas y endivias se producen ascensos.

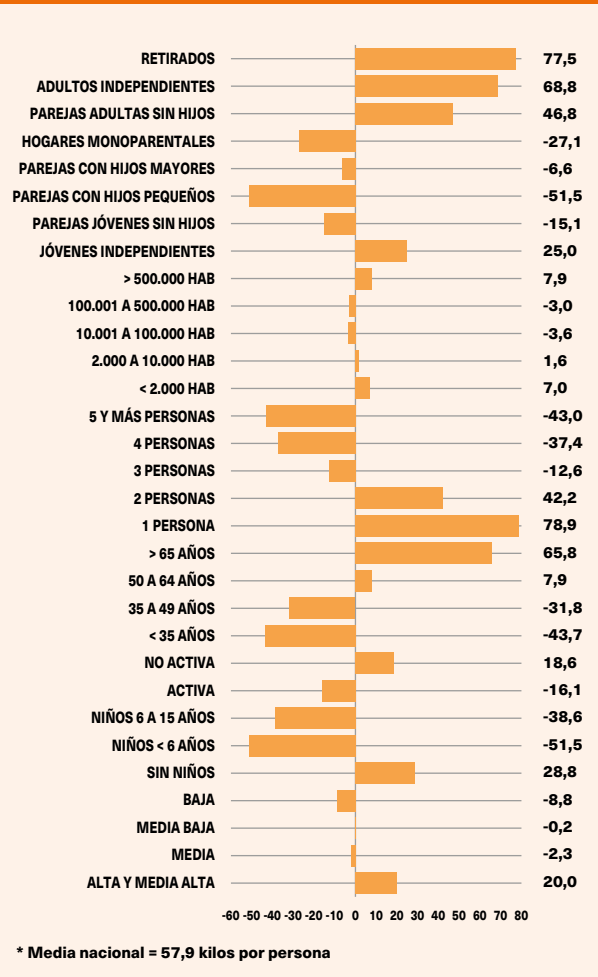
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS, 2017-2021



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE HORTALIZAS FRESCAS (2017=100), 2017-2021



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



**DIFERENCIAS EN LA DEMANDA**

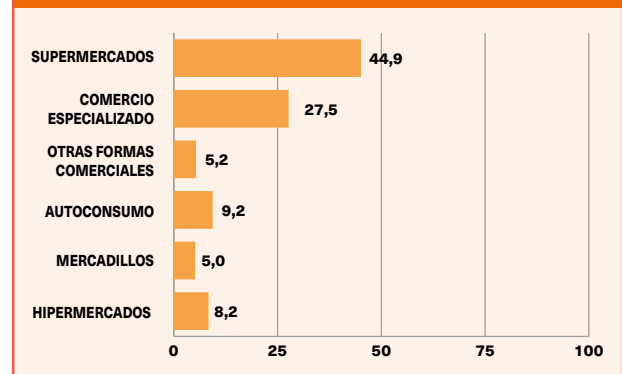
En términos per cápita, el consumo de hortalizas frescas durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- 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 2021 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 27,5%, mientras que los hipermercados concentran el 8,2%. El autoconsumo, por su parte, supone el 9,2%, mientras que los mercadillos acaparan el 5,0%. Las otras formas comerciales representan el 5,2% restante.

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS FRESCAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



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 2021, los hogares españoles consumieron 1.352,8 millones de kilos de patatas y gastaron 1.312,7 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 29,2 kilos de consumo y 28,4 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las patatas frescas (20,5 kilos por persona y año), seguido de las pa-

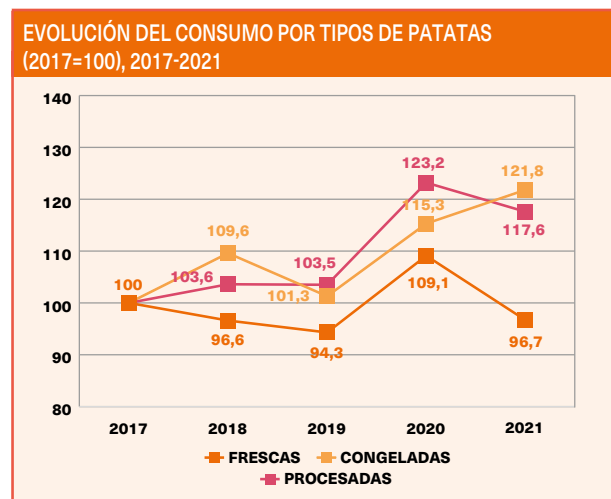
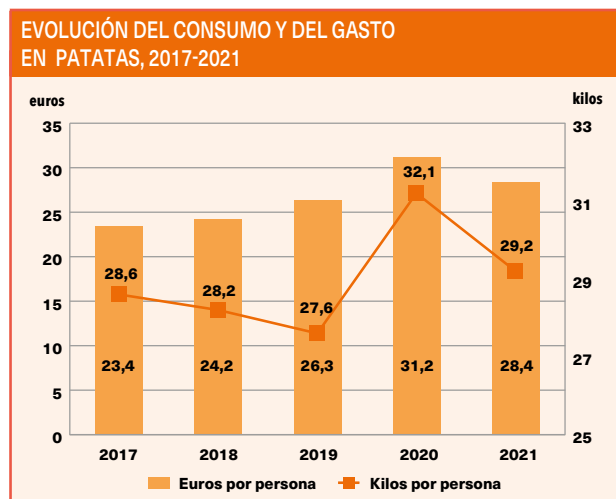
tatas procesadas (1,5 kilos per cápita) y de las patatas congeladas (1,1 kilos per cápita). En términos de gasto, las patatas frescas concentran el 64,1%, con un total de 18,2 euros por persona, las patatas procesadas el 30,9%, con un total de 8,8 euros por persona, y las patatas congeladas, con un porcentaje del 4,6% y 1,3 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN PATATAS DE LOS HOGARES, 2021				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PATATAS	1.352,8	29,2	1.312,7	28,4
PATATAS FRESCAS	949,3	20,5	844,2	18,2
PATATAS CONGELADAS	50,6	1,1	62,2	1,3
PATATAS PROCESADAS	70,6	1,5	406,3	8,8
PATATAS FRITAS	59,3	1,3	388,2	8,4

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de patatas ha aumentado 0,6 kilos por persona y año, y el gasto también ha crecido 5,0 euros per cápita. En el periodo 2017-2021, 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 2017-2021 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2017, 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

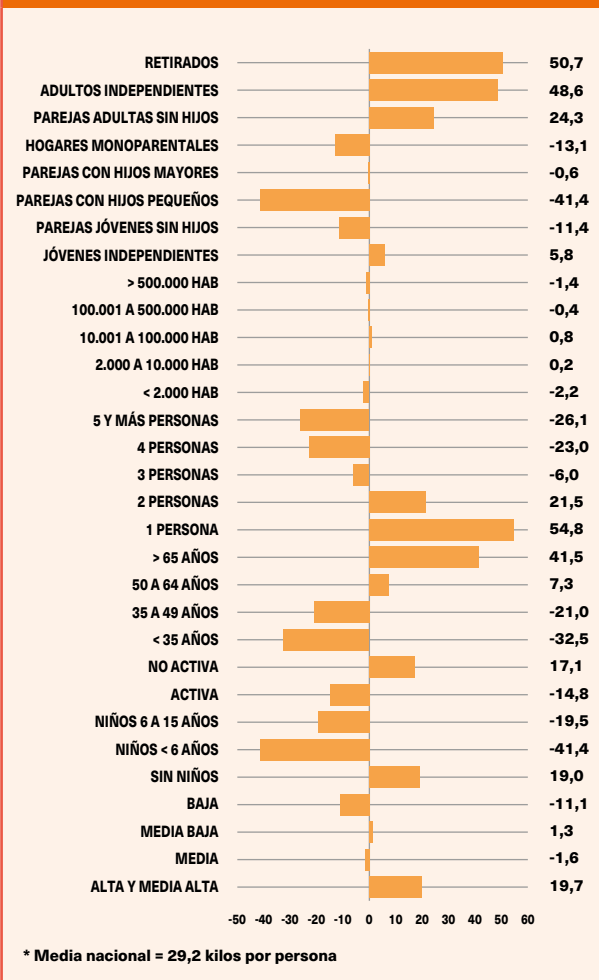
En términos per cápita, el consumo de patatas durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- 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 menor consumo per cápita de patatas, mientras que los mayores consumos tienen lugar en los centros urbanos de 10.000 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de su edad, 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-La Mancha, Extremadura y La Rioja.

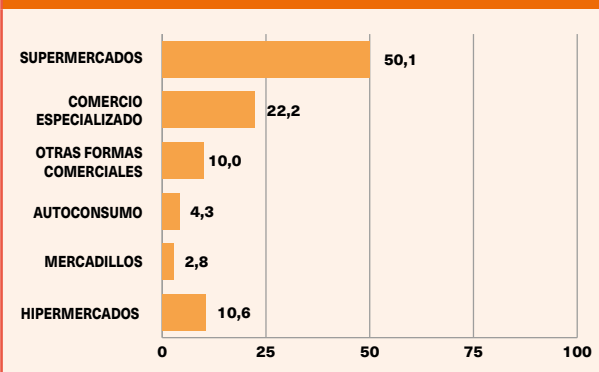
## CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de patatas a los supermercados (50,1% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 22,2%, mientras que el hipermercado concentra el 10,6%. El autoconsumo representa un 4,3%, mientras que los mercadillos tienen una cuota de mercado del 2,8%. Las otras formas comerciales acaparan el 10,0% 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 (%), 2021



## CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS FRESCAS

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 4.249,5 millones de kilos de frutas frescas y gastaron 7.253,9 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 91,8 kilos de consumo y 156,7 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las naranjas y mandarinas (21,0 kilos por persona y año), lo que representa un 22,9% del consumo total de frutas frescas, seguido de los melones y sandías (17,9 kilos per cápita y 18,1% del consumo total), de los plátanos (13,5 kilos per cápita y 14,7% de consumo) y de las manzanas (9,2 kilos per cápita y 10,0% de consumo).

En términos de gasto, las naranjas y mandarinas concentran el 17,0%, con un total de 26,7 euros por persona, seguido de los plátanos, con el 13,1% y un total de 20,5 euros por persona. A continuación, se encuentran las manzanas, con un porcentaje del 9,4% y 14,7 euros por persona al año; y los melones y sandías, que alcanzan el 9,7% del gasto total en frutas frescas (15,2 euros por persona).



### CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL FRUTAS FRESCAS	4.249,5	91,8	7.253,9	156,7
NARANJAS	699,2	15,1	774,9	16,7
MANDARINAS	271,6	5,9	461,8	10,0
LIMONES	106,8	2,3	182,5	3,9
PLÁTANOS	627,0	13,5	951,0	20,5
MANZANAS	426,0	9,2	679,0	14,7
PERAS	220,7	4,8	379,1	8,2
MELOCOTONES	115,9	2,5	247,5	5,3
NÉCTARINAS	66,8	1,4	128,3	2,8
ALBARICOQUES	30,9	0,7	74,2	1,6
FRESAS Y FRESONES	119,9	2,6	363,6	7,9
MELÓN	363,7	7,9	385,7	8,3
SANDÍA	402,1	8,7	321,6	6,9
CIRUELAS	58,7	1,3	130,5	2,8
CEREZAS	57,9	1,3	220,1	4,8
UVAS	105,6	2,3	316,1	6,8
KIWI	136,8	3,0	470,9	10,2
AGUACATE	82,5	1,8	324,1	7,0
PIÑA	92,5	2,0	146,2	3,2
OTRAS FRUTAS FRESCAS	264,7	5,7	696,6	15,0
FRUTAS IV GAMA	156,7	3,4	297,1	6,4

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

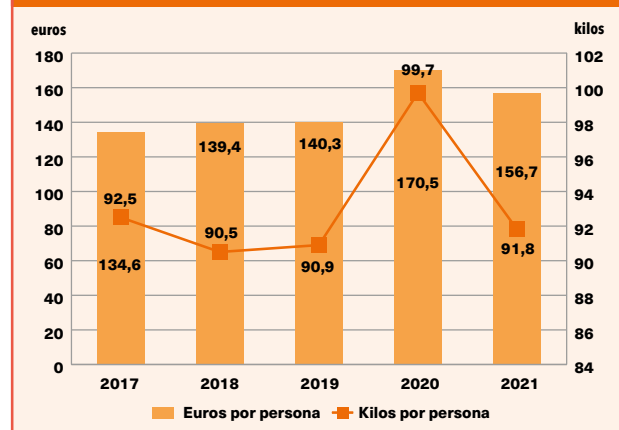
En términos per cápita, el consumo de frutas frescas durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- 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 pequeños núcleos urbanos (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutas frescas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 10.000 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes 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, Murcia, País Vasco y Navarra cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Andalucía y Comunidad Valenciana.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

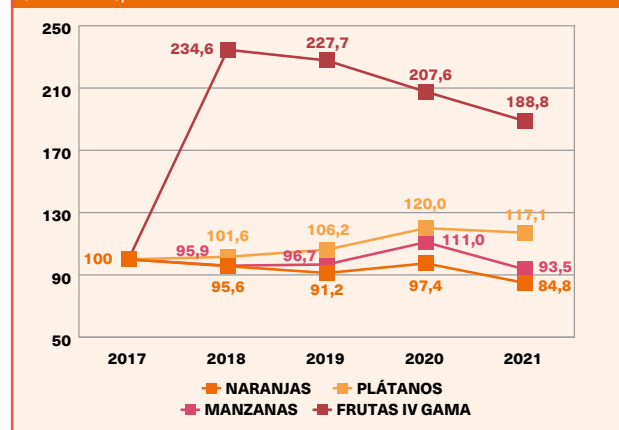
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutas frescas se ha estabilizado aunque en el año 2020 se produjo un repunte motivado por los efectos de la COVID-19 que, en parte, se ha corregido a la baja durante el año 2021. En el periodo 2017-2021, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2020 (99,7 kilos y 170,5 euros por consumidor).

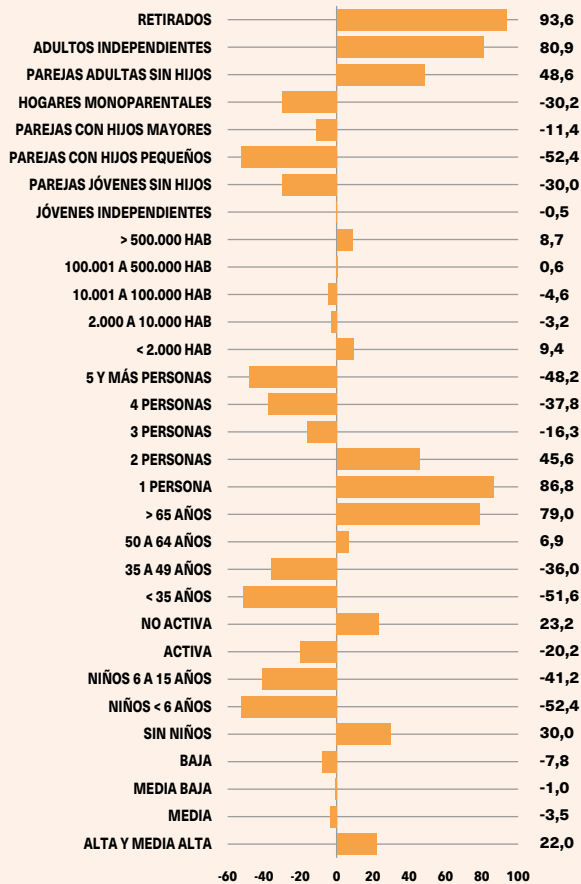
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN FRUTAS FRESCAS, 2017-2021



En la familia de frutas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido bastante pareja en todos los tipos de productos a excepción del notable incremento en las frutas de IV gama. Respecto a la demanda de 2017, en el consumo de manzanas y naranjas se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTAS FRESCAS (2017=100), 2017-2021

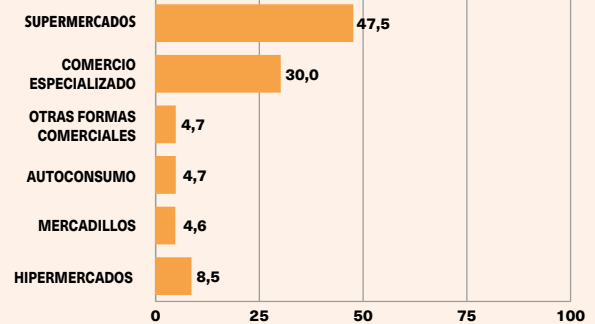


**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTAS FRESCAS  
EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\***


\* Media nacional = 91,8 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutas frescas a los supermercados (47,5% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 30,0%, mientras que el hipermercado concentra el 8,5%. El autoconsumo, por su parte, acapara el 4,7%, mientras que los mercadillos suponen el 4,6%. Las otras formas comerciales representan el 4,7% restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS  
FRESCAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**


## CONSERVAS DE VERDURAS

Con la recuperación de los espacios sociales y la apertura de la hostelería, el mercado de las conservas de verduras se fue recuperando poco a poco en 2021.

Las empresas del sector continuaron ampliando su oferta para atender la demanda creciente del consumidor y diversificar su portfolio. En esa ampliación de oferta destacaron las producciones ecológicas y también las amparadas por una marca de calidad diferenciada.

La producción de conservas vegetales se concentra en Cataluña, Andalucía, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Galicia y la Región de Murcia. En esas cinco comunidades se produce alrededor del 70% de todas las conservas vegetales españolas.

La conserva vegetal más importante en términos del volumen comercializado es la de tomate (entero y triturado). En 2021 acaparó cerca del 57% 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 los últimos años ha aumentado la demanda de platos preparados listos para tomar, acompañados de legumbres y de cereales como el arroz.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Según datos del INE, en España había al acabar 2021 un total de 1.456 empresas dedicadas al procesado y conservación de frutas y hortalizas. De éstas, sólo 2 tenían más de mil trabajadores y 12, entre 500 y 900.

Tradicionalmente, el sector empresarial de conservas vegetales estaba conformado por un gran número de pequeños y medianos operadores de carácter semiartesanal y con una incidencia local o, como mucho, regional.

Esa situación ha ido cambiando durante los últimos años y en la actualidad existen 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

#### PRINCIPALES EMPRESAS FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES DE CONSERVAS VEGETALES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Conservas El Cidacos, S.A. *	370
Industria Alimentaria de Navarra, S.A (IAN) *	250,6
Grupo Celorrio*	198
The Real Green Food Company	95
Eurochamp S.A.T	76
Industrias Videca	48
Conservas Ferba, S.A.	45,5
Conservas El RAAL, S.L	45
MCA Spain, S.A	45
Grupo ALSUR	42,3

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones.

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS MERMELADAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Unilever España, S.A. - Grupo *	489
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	206,1
Grupo Helios *	180
Hero España, S.A. *	180
Iberfruta-Muerza (1)	91
Alcurnia Alimentación, S.L. *	28,6
Conservas Pedro Luis, S.L *	12
Jumel Alimentaria, S.A	6,55
Conservas Lazaya Frutas Dulces, S.A	7
Confituras Siboney, S.A (1)	1,2

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones. (1) Estimación.

de inversión para modernizar y diversificar sus procesos de producción.

La empresa fabricante y distribuidora de conservas vegetales más importante en España alcanzó en 2021 unas ventas que superaron los 370 millones de euros, unos 9 millones más que en el año anterior.

Por su lado, la segunda se situó en torno a los 250 millones de euros en 2021 y la tercera se acerca a los 198 millones de euros. En las dos, la facturación fue muy inferior a la del año precedente.

El resto de las empresas que forman el ranking de las diez mayores facturaron entre 95 millones y 42 millones de euros.



Las marcas de distribución (MDD) son importantes entre las ofertas más consolidadas de este mercado. Es el caso, por ejemplo, de las conservas de tomate triturado y pelado donde en 2021 llegaron hasta el 80% del total de ventas en volumen. En el caso de las conservas de espárragos, la cuota de las MDD ronda el 65%

## COMERCIO EXTERIOR

Tradicionalmente, la balanza del comercio exterior de conservas vegetales es claramente favorable para España. Las exportaciones en 2021 rondaron los 1,43 millones de toneladas, un 1,3% más que en el año anterior, y las importaciones 496.107 toneladas, también por encima del año anterior, según los datos de Comercio.

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 valor, si bien en 2021 tuvo peores resultados que en el año anterior.

En el caso de las importaciones, las principales partidas fueron el maíz dulce, los pimientos, las alca-



chofas 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. ■

## VEGETALES CONGELADOS

**E**l sector de los vegetales congelados continuó durante 2021 la senda alcista de los últimos años gracias a la recuperación del sector de la hostelería y la restauración, tras el primer año de pandemia, y también al crecimiento de la demanda internacional.

Sin embargo, las ventas en supermercados e hipermercados descendió ligeramente respecto a 2020, un año en el que se produjo un espectacular crecimiento en ese nicho de mercado.

Según los datos de la Asociación Española de Fabricantes de Vegetales Congelados (ASEVEC), la producción nacional de estos productos llegó durante 2021 hasta las 941.300 toneladas, lo que supuso un incremento interanual del 7%. En los años anteriores también subió la producción, lo que demuestra el buen momento que atraviesa un sector que, en tan solo 10 años, ha incrementado en casi un 80% su producción.

De la producción total de verduras congeladas, sólo 3 productos aportaron casi el 46% en 2021: 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 anual de patata congelada ronda las 34.000 toneladas.

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 20 fábricas y anualmente dan trabajo a más de 2.000 personas de forma directa y a unas 10.000 de forma indirecta. Solo tres empresas asociadas a ASEVEC y ubicadas en Navarra aportan el 70% de la producción nacional de vegetales.

Dentro de este sector, el peso de las marcas de distribución (MDD) es muy grande. De hecho, cerca del 90% del volumen de verduras congeladas que se comercializan en España en 2021 fue con marca de distribuidor.

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 el año 2021 rondó las 390.000 toneladas, con una facturación que superó los 456 millones de euros, muy por encima del año anterior en ambos casos.

La segunda empresa del sector registró una producción superior a las 236.945 toneladas, con una facturación de más de 254 millones de euros. En el tercer escalón del ranking se situó una empresa que produjo en 2021 unas 155.000 toneladas y facturó cerca de 92 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 (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.

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE VEGETALES CONGELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Ultracongelados VIRTO *	456
Congelados de Navarra*	254
Fruveco*	92
Gelagri Ibérica	77
Ardo Foods *	53,1
Ardo Benimmodo *	46
Molinz España	30,8
Alimentaria Aragonesa (SAAR)	24,7
Congelados El Perdáneo	14
Samafro	14

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones.

## COMERCIO EXTERIOR

El subsector español de productos vegetales congelados tiene una fuerte vocación internacional.

Las principales empresas del sector registraron incrementos en sus ventas exteriores en el año 2021. La primera empresa exportadora facturó en el exterior en 2021 cerca de 188 millones de euros; la segunda 148 millones y la tercera 92 millones.

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 y Alemania.

En todo caso, las principales compañías españolas han conseguido diversificar su lista de clientes y, en la actualidad, algunas partidas importantes se dirigen hacia Reino Unido, Estados Unidos, Brasil, Canadá, Arabia Saudí y algunos países asiáticos.

Como era previsible, el brócoli fue la verdura congelada que más se exportó, seguido de los pimientos y los guisantes.

Dentro de la oferta de verduras congeladas exportadas en 2021 destacaron por su singularidad productos como el romesco, las coles de Bruselas, el apio o el cardo.

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 2021, los hogares españoles consumieron 601,1 millones de kilos de frutas y hortalizas transformadas y gastaron 1.349,5 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 13,0 kilos de consumo y 29,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las frutas y hortalizas en conserva (9,7 kilos por persona y año), mientras que las frutas y hortalizas congeladas representan un

consumo de 3,2 kilos per cápita. Dentro de las frutas y hortalizas en conserva, destaca el tomate, con un consumo per cápita de 5,2 kilos al año.

En términos de gasto, las frutas y hortalizas en conserva concentran el 77,7% del gasto, con un total de 22,7 euros por persona, mientras que las frutas y hortalizas congeladas alcanzan un porcentaje del 21,9% 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 26,0% del total de los productos hortofrutícolas transformados (7,6 euros per cápita).

### CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	601,1	13,0	1.349,5	29,2
FRUTAS Y HORTALIZAS EN CONSERVA	450,8	9,7	1.052,6	22,7
GUISANTES	10,2	0,2	25,2	0,5
JUDÍAS VERDES	13,9	0,3	20,3	0,4
PIMIENTOS	15,7	0,3	68,4	1,5
ESPÁRRAGOS	22,5	0,5	126,3	2,7
ALCACHOFAS	9,2	0,2	44,6	1,0
CHAMPIÑONES Y SETAS	15,8	0,3	46,5	1,0
MAÍZ DULCE	20,0	0,4	65,9	1,4
MENESTRA	4,5	0,1	8,5	0,2
TOMATES	241,7	5,2	350,2	7,6
TOMATE FRITO	171,1	3,7	262,9	5,7
TOMATE NATURAL	70,6	1,5	87,3	1,9
TOMATE NATURAL ENTERO	9,0	0,2	13,7	0,3
TOMATE NATURAL TRITURADO	61,5	1,3	73,6	1,6
OTRAS VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	24,0	0,5	60,3	1,3
FRUTA EN CONSERVA	73,4	1,6	236,3	5,1
MERMELADAS, CONFITURAS	29,4	0,6	115,1	2,5
FRUTA ALMIBAR	37,8	0,8	90,5	2,0
FRUTA ESCARCHADA	0,5	0,0	4,9	0,1
RESTO FRUTA CONSERVA	5,6	0,1	25,9	0,6
FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	150,4	3,2	296,9	6,4
VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	147,2	3,2	281,1	6,1
ESPINACAS	12,5	0,3	21,2	0,5
GUISANTES	27,3	0,6	44,5	1,0
JUDÍA VERDE	28,6	0,6	37,6	0,8
COLIFLOR	4,8	0,1	7,1	0,2
PIMIENTOS	2,9	0,1	6,6	0,1
BRÓCOLI	9,5	0,2	14,5	0,3
MENESTRA	15,1	0,3	26,2	0,6
OTRAS VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	46,5	1,0	123,4	2,7
FRUTAS CONGELADAS	3,1	0,1	15,8	0,3

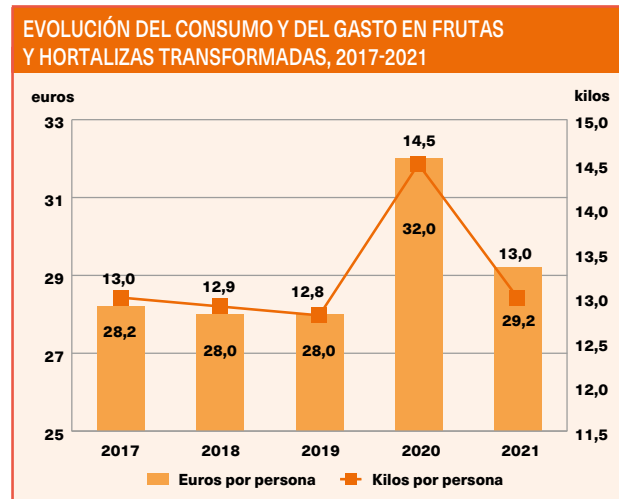
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de frutas y hortalizas transformadas durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

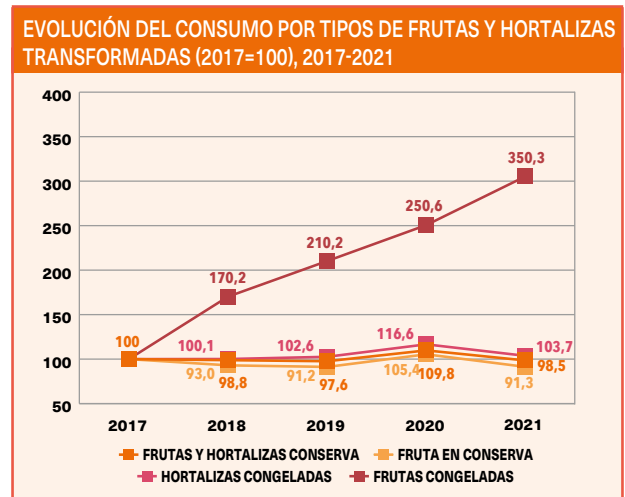
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños 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 jóvenes con hijos, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, País Vasco, Madrid y Cantabria cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Canarias, Galicia y La Rioja.

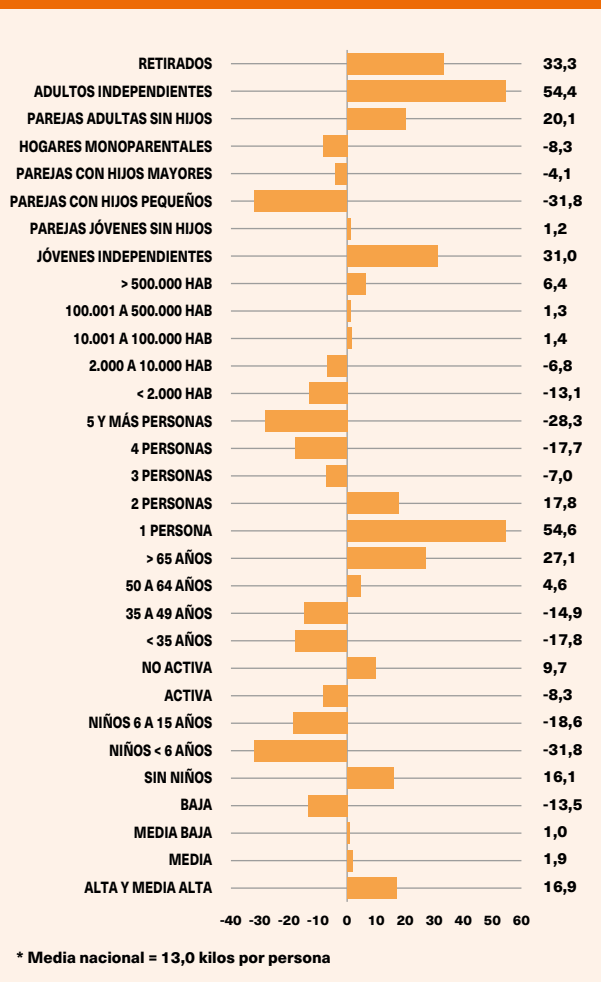
## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

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 ha corregido a la baja en el año 2021. En el periodo 2017-2021, 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).

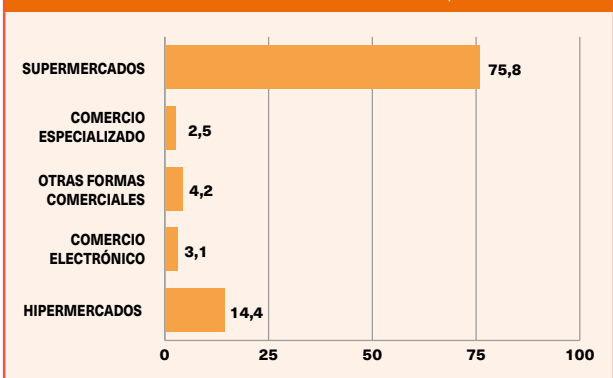


En la familia de frutas y hortalizas transformadas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido especialmente diferente en las frutas congeladas. Respecto a la demanda de 2017, aumenta el consumo de frutas y hortalizas congeladas.



**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\***

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutas y hortalizas transformadas a los supermercados (75,8% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 14,4% y los establecimientos especializados llegan al 2,5%. El comercio electrónico supone el 3,1% de la venta total, mientras que las otras formas comerciales concentran el 4,2% restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**


## ZUMOS

**E**l sector de los zumos cerró 2021 con resultados no enteramente satisfactorias, si bien fueron mejores que los del año precedente. Las exportaciones y los productos con un mayor valor añadido fueron los pilares de la recuperación.

Desde hacía años, el mercado venía perdiendo peso, más en volumen que en valor, pues la demanda actual apuesta por productos con un mayor valor añadido.

Para hacer frente a la caída del consumo en volumen (en cuatro años ha descendido un 30%), las empresas del sector han hecho verdaderos esfuerzos para diversificar sus presentaciones, apostando por productos ecológicos, refrigerados o que mezclan frutas y verduras con especias, té o incluso cereales.

La producción de zumos en 2021 fue de 560 millones de litros, un volumen superior al del año precedente, por un valor de 950 millones de euros, según datos la Asociación Nacional de Fabricantes de Zumos y Gazpachos (Zumos y Gazpachos de España), que es la organización empresarial que integra a los principales productores y les representa en todos los ámbitos y foros. 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.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Los intereses de las empresas productoras de zumos están representados por Zumos y Gazpachos de España, que está integrada por 23 empresas (19 asociadas y 4 miembros afiliados) que representan aproximadamente el 90% de toda la producción nacional.

A nivel empresarial, el principal grupo del sector registró en 2021 una producción de 570 millones de litros (4% con marca propia), con una facturación de unos 595 millones de euros.

Por su lado, el segundo grupo tuvo una producción de 450 millones de litros (el 50% comercializados con marca propia) y una facturación de 510 millones de euros, mientras que el tercero se situó en 180 millones de litros (60% con marca propia) y 119 millones de euros de facturación.

En el ranking de las diez primeras empresas productoras, el cuarto lugar lo ocupó una compañía que produjo

### PRINCIPALES EMPRESAS DE LOS SECTORES DE ZUMOS Y NÉCTARES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
AMC Group Fresh and Juices, S.A (*)	1.350
J. García Carrión, S.A. (JGC) (*)	941,8
Nufri Grupo	400
Refresco Iberia, S.L (*)	195
Juver Alimentación, S.L. (*)	107,72
Quirante Fruits SAT	74,6
Agrozumos, S.A	56,3
Indulleida *	65
Grupo Vinos & Bodegas	55
Miguel Parra e Hijos SA	38

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones.

140 millones de litros (todos con MDD) y facturó unos 80 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 55,5 millones de euros.

Las marcas de distribución (MDD) son importantes en este mercado, aunque su peso es variable en las diferentes ofertas.

### COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones representan la auténtica válvula de escape del sector, ya que las demandas internas resultan claramente insuficientes. Las grandes empresas productoras y comercializadoras de zumos apuestan cada vez más por la búsqueda de nuevos mercados fuera de nuestras fronteras.

Durante 2021 se exportaron zumos por un valor de casi 822 millones de euros, según datos de Comercio. Esta cifra supuso un incremento de casi el 4 % con relación al valor de las exportaciones en 2020. En volumen, las exportaciones aumentaron a 974 millones de litros. La partida principal fueron los zumos de uva, por delante de los de naranja y los de mezclas de frutas. Como curiosidad, la menor partida entre las exportaciones fue para los zumos de arándanos.

Por su parte, las importaciones superaron en valor los 229 millones de euros, un 15% menos que un año antes. 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 2021, los hogares españoles consumieron 349,1 millones de litros de zumo y gastaron 382,8 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 7,5 litros de consumo y 8,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los néctares (3,3 litros por persona y año), seguidos de los zumos concentrados, que alcanzan 1,6 litros per cápita al año. En términos de gasto, los néctares concentran el 37,3%, con un total de 3,1 euros por persona, mientras que los zumos concentrados presentan un porcentaje del 15,7% y un total de 1,3 euros por persona al año.

### CONSUMO Y GASTO EN ZUMO DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL ZUMO Y NECTAR	349,1	7,5	382,8	8,3
ZUMO FRUTA REFRIGERADO Y EXPRIMIDO	76,6	1,7	114,4	2,5
ZUMO CONCENTRADO	73,1	1,6	58,6	1,3
CONCENTRADO NARANJA Y MEZCLA	7,9	0,2	6,9	0,1
CONCENTRADO MELOCOTON Y MEZCLA	20,6	0,4	15,0	0,3
CONCENTRADO PIÑA Y MEZCLA	15,6	0,3	12,3	0,3
OTROS CONCENTRADOS	29,1	0,6	24,4	0,5
NECTARES	153,0	3,3	142,6	3,1
NECTAR LIGHT O SIN AZUCAR	99,9	2,2	90,2	1,9
ZUMOS DE HORTALIZAS	3,2	0,1	3,1	0,1
RESTO ZUMO Y NECTAR	43,1	0,9	64,1	1,4
HORCHATA	36,4	0,8	46,7	1,0
ZUMOS ENRIQUECIDOS	118,8	2,6	100,6	2,2
ENRIQUECIDO CON VITAMINAS	116,9	2,5	96,6	2,1



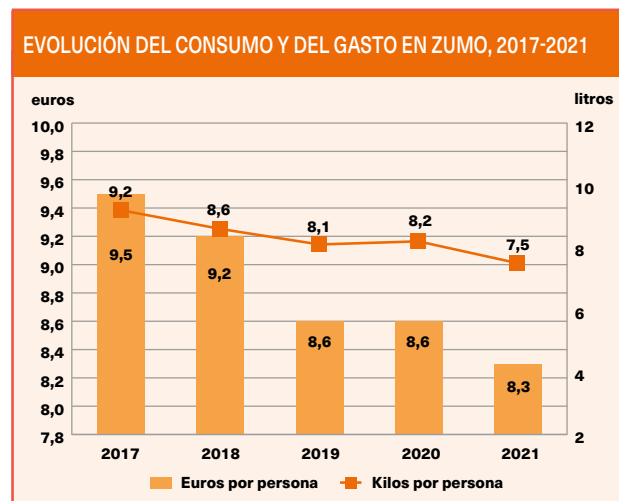
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de zumos durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

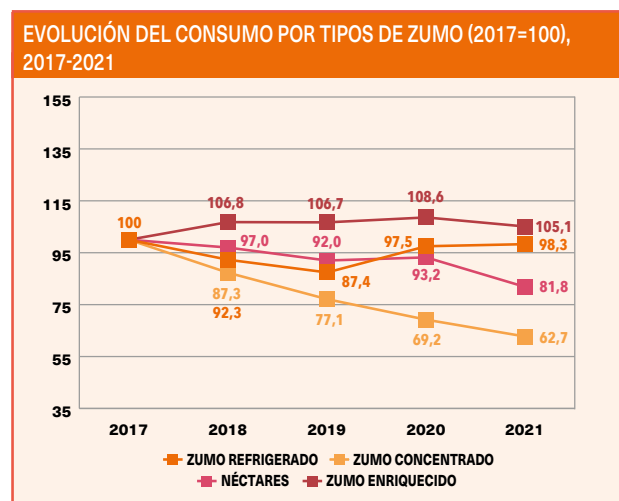
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de zumos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- 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 10.001 a 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de zumos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 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, Andalucía y Comunidad Valenciana cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, La Rioja y Navarra.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

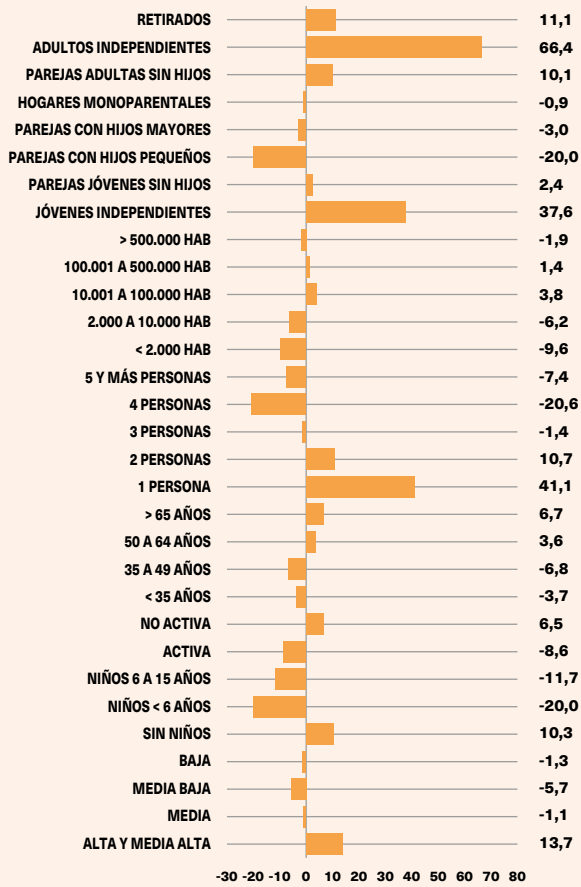
Durante los últimos cinco años, el consumo de zumos ha descendido 1,7 litros por persona y el gasto se ha reducido en 1,2 euro. En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado se produjo en el año 2017 (9,5 litros), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2016 (9,2 euros por consumidor).



En la familia de zumos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2017, el consumo de zumo enriquecido aumenta y, por el contrario, en néctares y zumos concentrados y zumos refrigerados se produce un descenso.



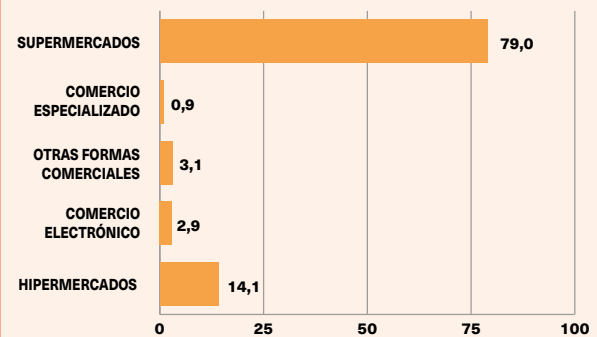


**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE ZUMO EN LOS HOGARES  
CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\***


\* Media nacional = 87,5 litros por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de zumos a los supermercados (79,0% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 14,1%. Los establecimientos especializados representan el 0,9% y el comercio electrónico el 2,9%. Las otras formas comerciales alcanzan la cuota del 3,1% restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ZUMO  
POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**


## PATATAS FRITAS Y SNACKS

El mercado español de patatas fritas y “snacks” registró de nuevo en 2021 tasas de crecimiento importantes, impulsado por la recuperación del canal HORECA tras los primeros meses de pandemia y también por la aparición de nuevas marcas y el auge de la marca de distribuidor (MDD).

Ya en el primer año de la pandemia y con el confinamiento, el consumo extradoméstico de los aperitivos-snacks fue de los que menos descendió y por lo tanto, la recuperación fue menos traumática en el año siguiente.

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 322.000 toneladas.

El mercado de los snacks se distribuye en tres grandes familias: frutos secos (43%), patatas fritas (34 %) y el resto (23%).

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

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS PATATAS FRITAS Y LOS SNACKS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Pepsico Foods, A.I.E *	160
APEX Grupo*	92
CYL Ibersnacks, S.L*	69
Liven S.A Grupo*	61,8
Leng D'Or, S.A*	77,8
Risi, S.A*	46,5
Fritoper, S.L*	30
Importaco (GRUPO) *	721
Kellogg, S.A*	140
Frit Ravich, S.L *	225,25

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. (\*) Incluye la facturación de otros sectores.

de 20.000 personas, según las estimaciones de la asociación Snacks.

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 volvió a crecer en 2021, continuando con la tendencia de años anteriores y a pesar de la pandemia. Este auge del consumo impulsó el interés de nuevos operadores y también el crecimiento de los ya existentes. Aunque la pandemia contribuyó al desarrollo de las ventas en el "retail", el canal HORECA empezó a recuperarse.

De año en año, los frutos secos se consolidan como un alimento saludable en un mercado en el que cada vez preocupa más la salud y el bienestar. Tradicionalmente, las nueces y las almendras son los productos estrella de este mercado, pero las avellanas siguen manteniendo su posición y el anacardo va ganando posiciones y es el que mejor evoluciona, junto con el pistacho.

En este sentido, en los próximos años puede producirse un boom de consumo de pistacho, en paralelo con el despegue de la producción autóctona.

Buena parte de estas producciones se usan en la industria agroalimentaria como (pastelería, cereales de desayuno, ect.), pero también son parte del sector de los snacks junto con pipas y cacahuetes.

Dentro de los hogares, los frutos secos más consumidos son las nueces, seguidas de los surtidos, los cacahuetes (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%).

En 2021 se frenó en parte el crecimiento de las ventas de pipas, que se habían disparado en el primer año de la pandemia, especialmente en el confinamiento.

La marca de distribuidor (MDD) en este sector es importante, aunque en los últimos años ha caído su cuota de mercado.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

A nivel empresarial, el principal grupo del sector registró en 2021 una producción superior a de 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.

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FRUTOS SECOS Y SNACKS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Importaco, S.A.*	721,7
Frit Ravich, S.L	225,25
Calconut, S.L.	160
Grupo Borges Agricultural & Industrial Nuts, SA	143,4
Almendras Llopis, S.A.	138,47
Grefusa, S.L. *	112
Frumesa, S.L	100
Almendras Francisco Morales	35,9
Ferrer Segarra, S.A*	29
Facundo Blanco, S.A*	17,55

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones.

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 2021.

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.

### COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial en el sector de los frutos secos tiene un saldo negativo de más de 50.000 toneladas anuales, pues las importaciones superan a las exportaciones.

Las exportaciones de frutos secos en el año 2020 registraron un notable descenso por motivo de la pandemia mundial. En 2021 se recuperaron tanto las compras, como las ventas. De acuerdo con los datos de Comercio, las importaciones ascendieron en total a 195.053 toneladas y las exportaciones a 147.806 toneladas. Las primeras crecieron un 9,5%, mientras que las segundas lo hicieron en un 17,6%,

El mayor volumen exportado fue el de almendras sin cáscara, que representó el 77% del total vendido en el exterior, en volumen. También fueron importantes, pero a mucha menor escala, las exportaciones de cas-

tañas (sin cáscara). En los últimos años se ha disparado la exportación de pistacho (un 28% en 2020) en paralelo con la mayor oferta nacional de este fruto seco.

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 en el año 2021 fueron Estados Unidos (con mucha diferencia respecto al resto), Portugal y China. ■

## CONSUMO Y GASTO EN FRUTOS SECOS

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 164,5 millones de kilos de frutos secos y gastaron 1.263,5 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 3,6 kilos de consumo y 27,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las nueces (0,7 kilos por persona y año), seguido de los cacahuetes (0,3

kilos 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 20,5% del gasto, con un total de 5,6 euros por persona, seguido por las almendras, con un porcentaje del 11,0% y un total de 3,0 euros por persona al año. A continuación, se encuentran los pistachos, con el 9,9% y 2,7 euros por persona, los cacahuetes, con el 5,1% y 1,4 euros y, finalmente, las avellanas, con el 4,0% del total y 1,1 euro por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN FRUTOS SECOS DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL FRUTOS SECOS	164,5	3,6	1.263,5	27,3
ALMENDRA	11,5	0,2	139,9	3,0
ALMENDRA CON CÁSCARA	4,4	0,1	43,4	0,9
ALMENDRA SIN CÁSCARA	7,1	0,2	96,4	2,1
CACAHUETE	16,1	0,3	66,9	1,4
CACAHUETE CON CÁSCARA	7,4	0,2	27,8	0,6
CACAHUETE SIN CÁSCARA	8,8	0,2	39,1	0,8
NUECES	30,8	0,7	260,5	5,6
NUECES CON CÁSCARA	20,6	0,4	124,6	2,7
NUECES SIN CÁSCARA	10,2	0,2	135,9	2,9
AVELLANA	4,2	0,1	49,3	1,1
PISTACHO	9,7	0,2	123,7	2,7
SURTIDO	15,3	0,3	120,5	2,6
OTROS FRUTOS SECOS	76,8	1,7	502,7	10,9



## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

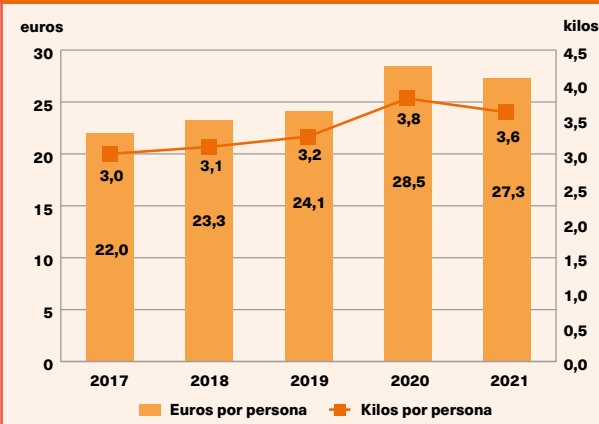
En términos per cápita, el consumo de frutos secos durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- 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, Cataluña y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Extremadura, y Castilla-La Mancha.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

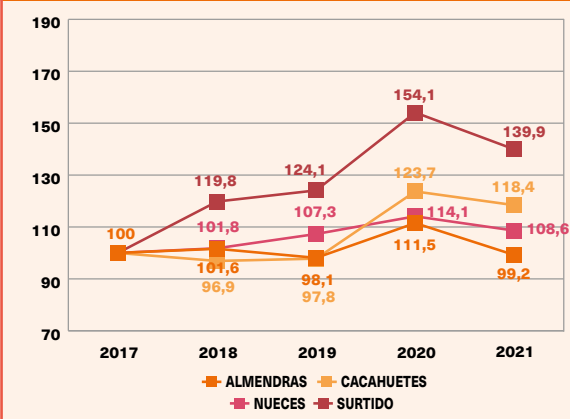
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutos secos ha aumentado 0,6 kilos por persona al año, mientras que el gasto ha experimentado un crecimiento de 5,3 euros per cápita, especialmente por el repunte de consumo del año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19. En el periodo 2017-2021, el 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, 2017-2021

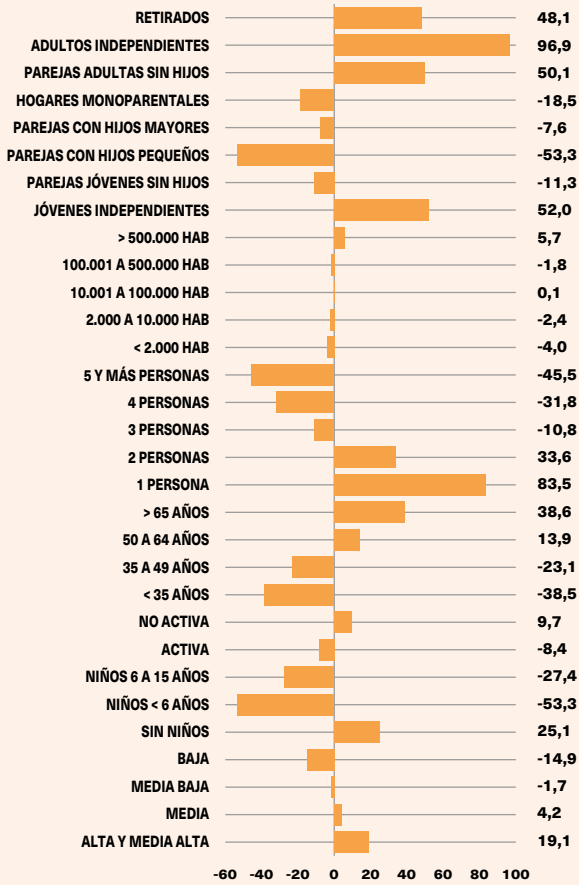


En la familia de frutos secos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido distinto para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2017, el consumo de todos los tipos de frutos secos se incrementa con la única excepción de las almendras.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTOS SECOS (2017=100), 2017-2021



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

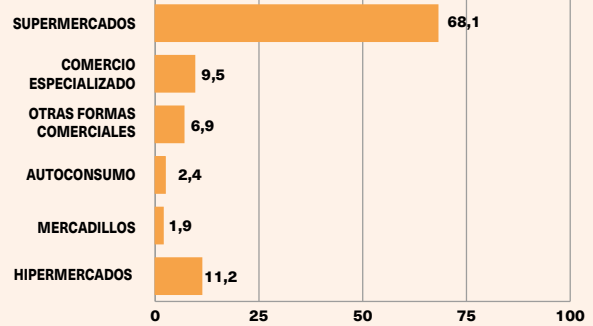


\* Media nacional = 3,6 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutos secos a los supermercados (68,1% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 11,2% y los establecimientos especializados llegan al 9,5%. El autoconsumo representa el 2,4%, mientras que los mercadillos suponen el 1,9%. Otras formas comerciales alcanzan una cuota del 6,9%. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTOS SECOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



## 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

CITRICOS SES MARJADES

## MARCA GRÁFICA

TOMÁTIGA DE RAMELLET

## CASTILLA Y LEÓN

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

MANZANA REINETA DEL BIERZO \*

## MARCAS DE CALIDAD

CEREZA DE LA SIERRA DE FRANCIA

CEREZA DE LAS CADERECHAS

MANZANA REINETA DE LAS CADERECHAS

PERA CONFERENCIA DEL BIERZO

## CANARIAS

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PLÁTANO DE CANARIAS

## EXTREMADURA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CEREZA DEL JERTE \*

## PRODUCCIÓN INTEGRADA

FRUTALES DE HUESO

FRUTALES DE PEPITA

CEREZO

## CATALUÑA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

PERA DE LLEIDA \*

## INDICACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

POMA DE GIRONA \* (MANZANA DE GIRONA)

CLEMENTINES DE LES TERRES DE L'EBRE \*

(CLEMENTINAS DE LAS TIERRAS DEL EBRO)

## PRODUCCIÓN INTEGRADA

CÍTRICOS

FRUTAS DE PEPITA

FRUTAS DE HUESO

PRODUCTOS DE LA VIÑA

## COMUNIDAD VALENCIANA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

KAKI DE LA RIBERA DEL XÚQUER \*

NÍSPEROS DE CALLOSA D'EN SARRIÀ \*

UVA DE MESA EMBOLSADA DE VINALOPÓ \*

GRANADA MOLLAR DE ELCHE \*

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CEREZAS DE LA MONTAÑA DE ALICANTE \*

CÍTRICOS VALENCIANOS \*

## MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

CEREZA

## GALICIA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CASTAÑA DE GALICIA

## LA RIOJA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

PERAS DE RINCÓN DE SOTO \*

## REGISTRADO Y CERTIFICADO

FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

CONSERVAS VEGETALES. PRODUCTOS DESHIDRATADOS Y CONGELADOS

## MARCAS COLECTIVAS

CIRUELA CLAUDIA DE NALDA Y QUEL



## MADRID

## ALIMENTOS DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

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.



mercasa

# Alimentando ciudades



## 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 650 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 aluvi6n, calizas de origen marino y sedimentos en fase de transici6n. Existen tres variedades principales: Algar y familia, Golden y Magdall. S6lo se comercializan con la etiqueta de DOP las categorías Extra y Primera.

**DATOS BÁSICOS:** La producci6n 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 a6o, de los que el 75% se destina al exterior.

## Peras de Rinc6n de Soto

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producci6n protegida por esta Denominaci6n 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 ventilaci6n,

profundas, húmedas, permeables y sanas, sin presencia de cal o silíceo. Son frecuentes en estas tierras las nieblas en las primeras horas de la ma6ana, lo que favorece la aparici6n del russeting u oxidaci6n 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 denominaci6n de Origen de peras más antigua de Espa6a. Están inscritos 310 socios y 20 empresas comercializadoras y acogida una extensi6n de 1225 Ha. La producci6n anual es de 25 millones de kilos, de los que se envasan aproximadamente 15 millones. Su principal mercado es el espa6ol, exportándose aproximadamente un 6% de la producci6n.

## 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 580 hectáreas, 204 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, 70 productores y 3 cooperativas, que producen anualmente 50 millones de kilos de Manzana de Girona, de los cuáles 15 millones con IGP Poma de Girona.

## Plátano de Canarias

### INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



### ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción es el archipiélago de las islas Canarias y está constituida por terrenos agrarios por debajo de 500 m. sobre el nivel del mar.

El archipiélago de las Canarias está formado por siete islas principales: El Hierro, La Gomera, La Palma, Tenerife, Fuerteventura, Gran Canaria y Lanzarote. El proceso de maduración y envasado de los plátanos amparados por la IGP Plátano de Canarias se podrá realizar fuera de la zona geográfica de producción.

**CARACTERÍSTICAS:** De forma oblonga, con una marcada curvatura, estrechándose en su parte de unión con el raquis. El 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 vinífera*, procedente de la variedad Dominica, 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, Dominga, 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..



# ORGULLOSOS DE NUESTRO PAPEL

[uva-vinalopo.org](http://uva-vinalopo.org)

## 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 casi 1,5 millones de kilos de Calçot de Valls al año.

## Cebolla Fuentes de Ebro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La DO se extiende entre los ríos Ginel y Ebro, ubicada en los términos municipales de Fuentes de Ebro, Mediana de Aragón, Osera de Ebro, Pinta de Ebro, Quinto y Villafranca de Ebro, que forman una unidad homogénea en todas sus características. Con una superficie total de 150 hectáreas, la zona de elaboración, almacenamiento y envasado coincide con la zona de producción.

**CARACTERÍSTICAS:** Tiene el cuello grueso, con un aspecto externo blanco-paja, aunque en el caso de la cebolla temprana el color será blanco verdoso, el color interno será blanco. Sus aspectos organolépticos son variados: de sabor suave y escaso picor, con capas interiores muy tiernas y succulentas. Su consumo más habitual es en fresco, desde los meses de julio hasta diciembre.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador hay inscritos 20 productores especializados en este cultivo y cuatro empresas comercializadoras. Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos de producto comercializado. Se estima una producción de entre 40.000 y 50.000 kilos por cada hectárea cultivada.

## Chufa de Valencia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** Ampara la producción de chufa de 550 hectáreas de 19 términos municipales de la comarca valenciana de l'Horta Nord.

**CARACTERÍSTICAS:** La chufa de Valencia se cultiva en terrenos franco-arenosos y clima templado. Aunque se puede consumir

en fresco, su destino más habitual es la elaboración de horchata. Este refresco posee apreciadas propiedades nutritivas y saludables. Además, también la Generalitat valenciana tiene una Denominación de Calidad para la Horchata de Chufa de Valencia.

**DATOS BÁSICOS:** La producción de chufa seca asciende a unas 4.500 Tm de chufa, de la que está amparada más del 90%. La producción de horchata amparada se sitúa entre 30 y 35 millones de litros anuales. En el Consejo figuran inscritos 360 productores y 21 envasadores y comercializadores de Chufa de Valencia y 37 elaboradores de Horchata de Chufa de Valencia.

## Coliflor de Calahorra

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción abarca una extensión de 2.200 hectáreas en los términos municipales de Aguilar del Río, Alhama, Alcanadre, Aldeanueva de Ebro, Alfaro, Arnedo, Autol, Calahorra, Cervera de Río Alhama, Prad

jón, 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 12 plantaciones inscritas destinadas al cultivo de patatas de Prades, que en 2020 produjeron 31.150 kilos de patatas comercializadas bajo la IGP.

## Pemento de Arnoia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción, acondicionamiento y envasado incluye el término municipal de A Arnoia y la parroquia de Meréns, en la provincia de Ourense.

**CARACTERÍSTICAS:** Los pimientos amparados por la Denominación de Origen Protegida son los frutos pertenecientes al ecotipo de la especie *Capsicum annuum* L., cultivado tradicionalmente en la zona de producción, destinándose al consumo humano tanto en fresco como en conserva. Este pimiento es un ecotipo local cultivado desde tiempos inmemoriales por los agricultores de esta área geográfica perteneciente a la comarca de O Ribeiro.

**DATOS BÁSICOS:** Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de cultivadores, empresas y producto comercializado.

## Pemento de Herbón

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por los siguientes municipios: Padrón, Dodro,

Rois y Pontecesures, de A Coruña, y Pontecesures y Valga, de Pontevedra. El nombre de la denominación, Herbón, es el topónimo de la parroquia del ayuntamiento de Padrón.

**CARACTERÍSTICAS:** Los pimientos amparados por la Denominación de Origen Protegida son los frutos de la familia de las solanáceas, especie *Capsicum annuum* L., variedad comercial Padrón, y ecotipos locales de este pimiento, siempre que procedan de parcelas inscritas en el correspondiente registro gestionado por el órgano de control.

**DATOS BÁSICOS:** 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 8,6 hectáreas de cultivo, 17 agricultores y 8 empresas elaboradoras. La producción media anual es de 56.268 kilos y 68.000 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.

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 sembrada de 1.040 hectáreas y con una producción de castaña certificada de unos 240.902kg, con un valor económico de 555.940 Euros.

## Avellana de Reus

### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



#### ZONA GEOGRÁFICA:

El ámbito amparado por la Denominación de Origen Protegida comprende las comarcas de Tarragona de Baix

Camp, Alt Camp, Tarragonès, Priorat, Conca de Barberà y Terra Alta.

**CARACTERÍSTICAS:** Las avellanas de Reus pertenecen a las variedades Negreta, Pautet, Gironella, Morella y Culplana. De todas ellas la variedad más cultivada es la Negreta. Los frutos secos se presentan en tres tipos: avellanas con cáscara, con un diámetro de 16 a 18 milímetros, y avellanas en grano y tostadas, con un calibre mínimo de 11 milímetros en ambos casos. Las avellanas amparadas por la Denominación de Origen Protegida pertenecen a la categoría Extra.

**DATOS BÁSICOS:** En el área amparada por la Denominación de Origen Protegida se incluyen 8.000 hectáreas, 1.300 productores y 12 industrias elaboradoras, que en 2020 comercializaron 183.650 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



**P**or su importancia económica y social, la leche es una de las principales producciones ganaderas de España y está presente en todas las comunidades autónomas.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, a efectos de calcular la renta agraria anual, en 2021 la producción de leche aumentó en volumen un 0,6%, encadenando siete años seguidos de incrementos.

Por su lado, los precios subieron un 4,3% (también subieron en los cuatro años precedentes), con lo que el valor de estas producciones fue superior en un 5% al generado un año antes, a efectos de calcular la renta agraria anual.

La producción de leche de vaca, oveja y cabra en 2021 supuso el 16,5% de la Producción Final Ganadera y el 6,1% de la Producción Final Agraria, porcentajes en ambos casos similares a los del año precedente.

El valor generado por este subsector ascendió a 3.434,2 millones de euros a precios básicos, 162 millones más que un año antes, cuando el valor generado por este subsector también creció.

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.

En España, además de estas tres producciones de leche existe también una muy minoritaria de leche de búfala, que en otros países de Asia e incluso en Italia está muy extendida.

## LECHE EN LA UE

La Unión Europea es un importante productor de leche y productos lácteos. En mayor o menor medida, todos los países de la UE tienen su producción de leche, pero los principales productores son Alemania, Francia, Polonia, Holanda, Italia y España. Estos seis

**NUEVO**



# Vegetánea

100% VEGETAL

**NO HAY SABOR  
MÁS NATURAL**



**SIN AZÚCAR AÑADIDO**

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

países juntos representan casi el 70% de la producción de la UE.

El grueso de la producción láctea comunitaria procede de las vacas, aunque cuentan con producciones minoritarias de leche de cabra, oveja y búfala.

La producción láctea en la UE representa cerca del 14% de la Producción Final Agraria (PFA) y del 34% de la Producción Final Ganadera. El lácteo es el subsector ganadero que más aporta a la PFA (unos 48.000 millones de euros), a efectos de sumar la renta agraria anual.

Por su parte, en 2021 la producción total de leche (vaca, cabra, oveja y búfala) ascendió a casi 149 millones de toneladas, un volumen superior al del año precedente, de las cuales el grueso 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.

En 2021, España contaba de 808.860 vacas de ordeño, cifra de nuevo inferior a la del año precedente. La región con mayor censo de vacas lecheras fue Galicia (41% del total en 2021), seguida de Castilla y León (12%) y Cataluña (10%). También fueron importantes a nivel nacional las cabañas de vacas lecheras de Asturias (8%), Andalucía (7%) y Cantabria (7%).

En 2021 había registrados 11.167 ganaderos/as de vacuno lechero con entregas declaradas de leche, lo que supone un notable descenso con relación al año anterior. Esta cifra no ha dejado de caer desde 2016.

Las entregas de leche de vaca cruda a las industrias ascendieron en 2021 a 7,47 millones de toneladas, un 1% más que en el año anterior, cuando el nivel de entregas creció un 2,5%.

En los cuatro años previos también se produjeron crecimientos similares, de lo que se puede deducir que tras la eliminación del régimen de cuotas lácteas la producción de leche en España se ha mantenido al alza.

La región que más entregas realizó a la industria láctea fue Galicia (40%), seguida de Castilla y León (12%), Cataluña (10%), Asturias (8%), Andalucía (8%), Cantabria (6%), Castilla-La Mancha (4%), Navarra (3%) y Aragón (2%).

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE (Miles de toneladas)			
CCAA	2019	2020	2021
VACUNO*	7.222	7.405	7.477,2
OVINO*	542,9	508,2	511,43
CAPRINO*	519,7	468,6	469,41

\*Entregas declaradas por los compradores. FUENTE: MAPA

PRINCIPALES PRODUCCIONES CON LECHE DE VACA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
PRODUCTO	AÑO	MUNDO	UE	ESPAÑA
QUESOS DE LECHE DE VACA (No incluye datos del queso de mezcla)	2019	21.128	8.877	196
	2020	21.396	9.347	189
	2021	21857	9.513	223,7
MANTEQUILLA	2019	10.775	2.084	44
	2020	11.133	2.138	44
	2021	11271	2075	49,1
LECHE CONCENTRADA	2019	4.589	913	35
	2020	4.828	1.035	47
	2021	4.800	993	61,9
OTRAS LECHE EN POLVO	2019	4.645	1.511	13
	2020	4.843	1.533	23
	2021	4760	1.436	31,9

FUENTES: USDA, FAO, EUROSTAT y MAPA

PRODUCCIONES DE LECHE DE VACA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2019	2020	2021
MUNDO	527.738	539.601	544.072
UE	142.433	144.148	143.834
ESPAÑA	7.222	7.405	7.477,2

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA. Datos de entregas a industria

Además, en 2021 se declararon 58.506 toneladas de leche de vaca que se vendieron directamente al consumidor a elaboradores de productos lácteos de vaca en la explotación (venta directa) un volumen superior en un 25,3% al de 2020.

## 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



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

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	562,7	580,6	574,7
ARAGÓN	159,4	169,4	177,6
ASTURIAS	556,4	570,8	566,8
BALEARES	49,6	48,7	44,5
CANTABRIA	437,1	440,6	436,85
CASTILLA-LA MANCHA	268	275,1	278,29
CASTILLA Y LEÓN	930	927,4	930,27
CATALUÑA	743	758,8	750,78
COMUNIDAD VALENCIANA	84,4	82,7	81,23
EXTREMADURA	27,6	26,6	22,16
GALICIA	2.788	2.895,8	2.988,34
LA RIOJA	23,4	25,3	27,32
MADRID	62,4	62,3	62,35
MURCIA	66,2	66	63,8
NAVARRA	250	254,2	255,76
PAÍS VASCO	171,4	172,8	170
OTRAS CC.AA	42	48	46,2
TOTAL ESPAÑA	7.222	7.405	7.477,2

FUENTE: MAPA

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 rondaba en 2021 los 23 millones de cabezas. La cabaña más numerosa es la de Alemania, seguida de la de Francia.



Por su lado, la producción comunitaria de leche de vaca total se situó finalmente en 143,8 millones de toneladas, frente a los 144,1 millones de toneladas de 2020.

La producción de leche ecológica en la UE es todavía muy minoritaria, aunque va creciendo de año en año. El país con mayor producción ecológica es Alemania (900 millones de litros anuales), seguido de Francia.

A nivel mundial, la producción de leche de vaca se elevó en 2021 a cerca de 544 millones de toneladas, un volumen superior en un 0,8% al del año precedente. Además de la Unión Europea, que produce en torno al 25% del total, otros países con gran producción son Estados Unidos, India, Brasil y China.

También son grandes productores de leche Rusia, Nueva Zelanda, México y Australia. En el mundo, tras la producción de leche de vaca la segunda en importancia es la de búfala.

## 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. Si bien la balanza comercial del sector lácteo es negativa, su dependencia del exterior es cada vez menor.

La nata, los quesos y la mantequilla fueron los productos con mayor volumen de exportación. 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 fueron los quesos, la leche en polvo y la mantequilla, que procedieron principalmente de Francia, Alemania, Países Bajos y Portugal.

En conjunto, el volumen exportado aumentó un 1,8% y el importado un 1%. En calor, el incremento de las compras fue del 11% y el de las ventas del 7,9%. Aunque la balanza comercial sigue siendo negativa, en 2021 lo fue en menor medida que en 2020.

De acuerdo con los datos del Departamento de Aduanas, las importaciones de productos lácteos en 2021 ascendieron a 752.168 toneladas, un 0,3% menos que en el año anterior. Por su lado, las exportaciones alcanzaron los 644.826 toneladas, un 4% más que en 2020.

La mayor partida dentro de las importaciones fueron los quesos y entre las exportaciones, la leche y nata sin concentrar.

Con estos datos, la balanza comercial tuvo un saldo negativo de 107.340 toneladas, que pese a ser importante supuso una reducción de 28.000 toneladas con relación al saldo negativo del año 2020.

## LECHE DE OVEJA Y DE CABRA

Las producciones de leche de oveja y de cabra en 2021 representaron en torno a un 26% del valor de la producción láctea nacional, lo que supuso un total de 890 millones de euros generados a efectos de calcular la renta agraria. De este valor, cerca del 55% lo aportaría la producción de leche de oveja.

Por su lado, la producción de leche de oveja se elevó a 511.430 toneladas (datos de entrega a industria por parte de los ganaderos, según el MAPA), un volumen superior en un 0,6% al del año anterior. Asimismo, la de cabra quedó en 469.410 toneladas, también por encima del volumen entregado a industria un año antes.

A estas producciones entregadas a las industrias habría que sumar un volumen comercializado directamente por los ganaderos, que en el caso de la leche de cabra ascendería a unas 21.000 toneladas y en el de oveja, a unas 20.000 toneladas.

Por regiones, las que más leche de oveja produjeron fueron Castilla y León (55,6%), Castilla-La Mancha (32,5%), Navarra (3,1%) y Madrid (2,4%). Por su lado, las que más leche de cabra sacaron al mercado nacional fueron Andalucía (46,5% del total), Castilla-La Mancha (16,2% del total), Murcia (10,8%) y Extremadura (8,1%).

El número de ovejas destinadas al ordeño fue de 2,1 millones de animales en 2021 y el de cabras llegó a 1,22 millones de cabezas. 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 lácteas 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 le leche de cabra se destina en un pequeño porcentaje a la elaboración de quesos artesanales, si bien más del 80% de la leche va a parar a las queserías.

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

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	215	212,3	218
ARAGÓN	0,93	0,97	0,98
CANARIAS	27,5	30,5	29,2
CASTILLA Y LEÓN	28,7	29,36	29,34
CASTILLA-LA MANCHA	82,7	78,7	75,8
CATALUÑA	5,6	5,2	5,2
COMUNIDAD VALENCIANA	11	10,4	10,17
EXTREMADURA	38,2	38,6	38,18
LA RIOJA	1,3	1,3	1,33
MADRID	8	7	7,22
MURCIA	52	51,3	50,76
OTRAS CCAA	48,7	2,97	3,23
TOTAL ESPAÑA	519,7	468,6	469,41

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	20.066	20.630	20600
UE	1.727	1.858	1.860
ESPAÑA	519,7	468,6	469,41

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA. Datos de entregas a industria

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

CCAA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	5,6	5,5	5,3
ARAGÓN	1,97	3,8	3,93
CANARIAS	0,47	0,45	0,56
CASTILLA Y LEÓN	293,8	286,2	284,65
CASTILLA-LA MANCHA	160	162,3	166,17
CATALUÑA	0,87	0,89	1
EXTREMADURA	11	10,9	10,95
LA RIOJA	1	0,85	0,86
MADRID	10,7	12,5	12,6
NAVARRA	14,6	15,5	15,9
PAÍS VASCO	4,7	5,2	5,26
OTRAS CCAA	5	4,3	4,3
TOTAL ESPAÑA	509,7	508,2	511,43

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	10.179	10.619	10.650
UE	2.969	2.967	2.990
ESPAÑA	542,9	508,2	511,43

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA. Datos de entregas a industria



## LECHE DE CABRA Y OVEJA EN LA UE

La producción comunitaria de leche de cabra se mantuvo en 2021 en torno a los 1,87 millones de toneladas. Francia fue el primer país productor de la UE, seguido de España y Países Bajos. La producción española representó el 27% de la comunitaria (en los datos del año ya no se incluyó la producción de Reino Unido).

Por su lado, la producción de leche de oveja se situó en torno a los 2,9 millones de toneladas en la UE, lo que supuso un ligero aumento con relación a la producción del año anterior. España resultó ser el cuarto país de la UE por su censo de ovejas lecheras, pero fue el segundo país productor (25% del total), por detrás de Grecia.

En la UE, la producción media anual de leche por cabra lechera productiva puede estimarse en 250-260 litros, si bien en países como Francia la productividad es mucho mayor que la media.

## QUESOS 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, a el uso de las más modernas técnicas in-

dustriales, basadas en la aplicación de procedimientos químicos o físicos para retrasar el inicio de la actividad de los microorganismos en la leche líquida.

Para la elaboración de un kilo de queso de vaca se necesitan entre 9-10 litros de leche, mientras que bastan solamente 8-9 kilos de leche de cabra y 5-6 de leche de oveja.

En España, la producción de queso puro de leche de vaca (sin mezclar con otras leches) aumentó en 2021 hasta situarse en 223.700 toneladas. A la producción de queso de vaca hay que añadir la producción de quesos de oveja, cabra o mezcla de distintas leches. En este sentido, en 2021 se produjeron 72.200 toneladas de queso puro de oveja, así como también 63.600 toneladas de queso puro de cabra. A estas cantidades habría que sumar la producción de queso de mezclas, que en 2021 ascendió a 188.800 toneladas, según los datos del Ministerio de Agricultura.

Por categorías, en 2021 el queso de pasta semidura fue el que más se elaboró (149.800 toneladas), seguido del queso de pasta dura (148.500 toneladas) y del queso fresco (131.800 toneladas). El resto de los quesos fueron de pasta blanda, semiblanda y extradura.

## COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DE LOS QUESOS DE OVEJA

La leche de oveja es un alimento de gran valor nutricional, con una composición rica en proteínas, minerales (calcio, magnesio, zinc y fosfatos), vitaminas (B1, B2, B12, retinol, folato, niacina, vitamina D, A y C), ácidos grasos y aminoácidos esenciales.

Para elaborar un queso de oveja se necesitan 5 litros de leche. Los quesos pueden ser frescos o pueden someterse a maduración, con lo que se producen quesos semicopados, curados, anejos y viejo

Por su lado, 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.

## QUESOS EN LA UE

En la Unión Europea, la producción de quesos puros de vaca en 2021 se elevó a 9,52 millones de toneladas frente a los 9,3 millones de toneladas del año anterior y

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS  
(Miles de toneladas)

EXPORTACIONES	2019	2020	2021
LECHE LÍQUIDA ENVASADA	59,9	63	62,3
LECHE LÍQUIDA A GRANEL	59,8	44,5	47,6
YOGUR	123,5	140,4	159,6
QUESOS y REQUESÓN	107,5	106,9	113,02
NATA	66,9	85,5	74,6
MANTEQUILLA	11,7	7,9	10,7
LECHE EN POLVO	35,4	21,7	27,8
OTROS PRODUCTOS	47,5	54,3	52,9
IMPORTACIONES	2019	2020	2021
LECHE LÍQUIDA ENVASADA	83,5	53,6	65,4
LECHE LÍQUIDA A GRANEL	42,2	61,4	50,9
YOGUR	174,3	157,6	153,97
QUESOS y REQUESÓN	309,8	304,7	312
NATA	14,9	23,4	13,9
MANTEQUILLA	21,8	20,6	21,8
LECHE EN POLVO	92,2	76,4	66,14
OTROS PRODUCTOS	18,9	14	18,56

FUENTE: DG Aduanas y FENIL

a nivel mundial, la producción se acercó los 21,8 millones de toneladas, cuando un año antes se habían producido menos de 21,4 millones, 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 unas 230.000 toneladas de queso puro de oveja (el 33% en Italia, que es el primer productor y junto a España y a Francia producen el 90% del total); 205 toneladas de queso puro de cabra (más de la mitad en Francia) y 450.000 toneladas de queso de mezcla de leches y de leche de búfala (el 42% en Grecia).

Teniendo en cuenta todas las producciones (vaca, cabra, oveja, mezclas y búfala), el primer país productor de quesos en la UE es Alemania (22% del total), seguido de Francia e Italia.

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.

## OTRAS PRODUCCIONES LÁCTEAS

Las producciones de leche en polvo y mantequilla aumentaron empujadas por la buena marcha de los mercados mundiales. La mantequilla se obtiene batiendo la nata y eliminando parte del agua que todavía contiene esa emulsión. Este producto lácteo tiene un contenido graso del orden del 80%, pero suele quedarle entre el 15 y el 18% de agua y en muchos países se utiliza para freír y cocinar.

En 2021 se produjeron en España 49.100 toneladas de mantequilla; 61.900 toneladas de leche concentrada y 31.300 toneladas de otras leches en polvo (incluidas las desnatadas).

A partir de la leche de vaca se obtienen, también, otros productos como la nata de consumo directo o los yogures. En 2021 se fabricaron, según datos del MAPA, 115.700 toneladas de nata de consumo directo y 981.700 toneladas de yogures y otros productos similares.

Asimismo, se producen helados, postres lácteos, batidos de leche, flanes, natillas, leches preparadas y enriquecidas, etc.

Finalmente, la industria de la bollería y la pastelería utilizan leche, suero, nata y mantequilla para la elaboración de galletas dulces, bollos, chocolates y numerosos productos derivados de la leche.

Como en el caso de España, buena parte de la producción de leche en la Unión Europea se destina a la producción de derivados lácteos.

Por su lado, la producción comunitaria de mantequilla alcanzó en 2021 algo más de 2 millones de toneladas (menos que en 2020), mientras que la de leche concentrada ascendió a 993.000 toneladas, menos que un año antes.

También se produjeron en la UE (sin incluir ya al Reino Unido) algo más de 7,56 millones de toneladas de yogures y similares (algo menos que en 2020), así como también importantes cantidades de nata y otros productos lácteos.

En todo el mundo, la producción de mantequilla superó en 2021 los 11,2 millones de toneladas, de las cuales India produjo 6,3 millones de toneladas y 470.000 toneladas en Nueva Zelanda. Asimismo, la producción mundial de yogur y similares se situó en torno a las 292.000 toneladas. ■

# LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS

**E**l balance para el sector industrial de la leche y productos lácteos en 2021 fue complicado, a pesar de que un año antes se confirmó un aumento de consumo.

La industria láctea absorbió en 2021 casi 8,46 millones de toneladas de leche de origen español, de las cuales el 88,4% era de vaca, el 6% de oveja y el 5,6% de cabra.

La industria española produce cada año del orden de 7 millones de toneladas de productos lácteos: 3,97 millones de leche de consumo directo; 937.300 toneladas de yogures, 163.000 toneladas de nata y 201.000 toneladas de queso de leche de vaca, entre otras producciones.

Según los datos de la Federación Española de Industrias Lácteas (FENIL), la facturación global de todo el sector se sitúa en torno a los 13.000 millones de euros anuales, mientras que el volumen de negocio de las industrias lácteas alcanza unos 9.500 millones de euros, el 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 que realizan las entregas de la leche a las industrias. En el año 2021 había registrados 19.800

ganaderos que realizaron entregas de leche a las fábricas, 800 menos que en el año anterior, según los datos de FENIL. De esa cifra total, el 59,6% eran ganaderos del sector del vacuno; 24,2% del sector del caprino de leche y 16,16 % del sector del ovino de leche.

Por regiones, en producción de leche de vaca destacan Galicia, Asturias, Cantabria, Castilla y León, País Vasco y Andalucía; en leche de cabra Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura y en leche de oveja, Castilla y León y Castilla-La Mancha.

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.

## 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.

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En España hay más de 1.500 centros autorizados para la recogida y transformación de leche, pero únicamente unos 600 pueden ser considerados como industrias lácteas, según datos de la Federación Española de Industrias Lácteas. Esta federación está formada por 60 empresas que transforman prácticamente el 95% de la leche producida en el territorio nacional.

En el grupo de las grandes empresas del sector 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 2021 unas ventas de 1.212 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 806 millones de euros de facturación, con un incremento respecto a un año antes; el tercero rondó los 745 millones de euros; el cuarto se situó en los 726 millones de euros y el quinto alcanzó los 600 millones de euros. Finalmente, entre los 270 y los 300 millones de euros de facturación anual quedaron ese año otros quince operadores.

Las principales empresas del sector están entrando en nichos de mercado hasta ahora poco explotados, ampliando sus ofertas. ■

## LECHE DE CONSUMO

El cierre parcial de la hostelería y la restauración durante 2021 impidió la recuperación total del mercado de la leche de consumo y estabilizó la producción. Así, la industria láctea produjo unos 3,2 millones de litros de leche líquida, un volumen similar al del año precedente.

En el segmento de leche de larga vida, la leche clásica (entera, semi o desnatada) fue la que obtuvo mayor cuota de mercado, seguida de la leche enriquecida, las leches de oveja-cabra y los preparados lácteos. Por su lado, en el mercado de la leche clásica destacó la semi-desnatada, seguida de la entera.

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%.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El primer eslabón de la cadena productiva del sector de la leche líquida son los ganaderos de vacuno, que disminuyen de año en año. Al acabar el año 2021 había 11.424 ganaderos que efectuaban entregas de leche de vaca, 655 menos que los que había al empezar el ejercicio, según los datos del Ministerio de Agricultura. El 56% de esos ganaderos estaba radicado en Galicia. A continuación, las regiones con más ganaderos lácteos fueron Asturias (12,6%), Cantabria (8,5%) y Castilla y León (7,5%).

Además de los ganaderos de vacuno de leche, también había al acabar 2021 un total de 2.869 ganaderos de leche de oveja y 4.394 de leche de cabra, que habían entregado leche a los primeros compradores de la cadena.

En el siguiente eslabón productivo aparecen unos 1.500 centros de recogida de leche, de los que únicamente unos 600 son industrias lácteas. En el grupo de los centros de recogida hay mucha concentración, pues sólo el 2% acapara el 46% de toda la leche que se produce en España.

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.

### PRINCIPALES EMPRESAS ELABORADORAS DE LECHE DE LARGA DURACIÓN Y PASTEURIZADA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Lactalis Iberia, S.A.	1.212
Corp. Alimentaria Peñasanta, S.A. (Capsa Food)	716,72
Iparlat, S.A.	260
Coop. Gan. Valle de los Pedroches (COVAP)*	480
Calidad Pascual, S.A.U.*	635
Leche Celta, S.L.	165,87
Grupo Leche Río, S.A	140
Iberleche, S.L	171
Lactiber León, S.L	89,14

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones.

Entre estos grandes grupos lácteos hay filiales de algunas de las más importantes compañías multinacionales, junto a otras empresas que tienen su origen en antiguas cooperativas de ganaderos.

La principal empresa elaboradora de leche de larga vida y pasteurizada facturó, como grupo, cerca de 1.212 millones de euros; la segunda 716 millones de euros y la tercera 635 millones de euros. El resto de las 10 principales empresas del subsector tuvieron facturaciones que oscilaron entre los 480 y los 89 millones de euros en 2021.

Todas las empresas del sector están apostando por la innovación y por la certificación de sus procesos productivos para garantizar el bienestar animal.

Las marcas de distribución (MDD) están muy introducidas en el sector de la leche líquida, pues acaparan una cuota cercana al 50% en volumen y al valor, mientras que la primera empresa con marca propia (MDF) llega hasta el 15% en volumen y el 16% en valor.

### COMERCIO EXTERIOR

En 2021, las importaciones de leche líquida envasada ascendieron por encima del volumen del año anterior, hasta 65.400 toneladas, mientras que las de leche líquida a granel bajaron a 50.945 toneladas, según datos de Comercio. Por su lado, las exportaciones alcanzaron las 62.331 toneladas en el caso de la leche líquida envasada (por debajo del volumen del año 2020) y las 47.601 toneladas en el de la leche a granel (por encima).

La mayor parte de este comercio exterior se realiza entre países que forman parte de la Unión Europea. Los principales proveedores de leche para el mercado español son Francia, Portugal y Alemania, mientras que las exportaciones se han diversificado durante los últimos tiempos, ya que aparte de mer-

cados 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 2021, los hogares españoles consumieron 3.260,4 millones de litros de leche y gastaron 2.266,0 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 70,4 litros de consumo y 49,0 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la leche semidesnatada (32,9 litros por persona y año), seguido de la leche entera (19,4 litros per cápita) y de la leche desnatada (17,7 litros per cápita). En términos de gasto, la leche semidesnatada concentra el 46,7%, con un total de 22,9 euros por persona, la leche desnatada el 25,3% con un total de 12,4 euros por persona, y la leche entera, con un porcentaje del 27,3% y 13,4 euros por persona.



### CONSUMO Y GASTO EN LECHE DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL LECHE LIQUIDA	3.260,4	70,4	2.266,0	49,0
LECHE PASTERIZADA	95,8	2,07	83,5	1,8
LECHE ESTERILIZADA	3.144,2	67,9	2.166,4	46,8
LECHE CRUDA	20,4	0,4	16,1	0,3
LECHE BOTELLA VIDRIO	0,5	0,0	1,7	0,0
LECHE BOTELLA PLÁSTICO	417,4	9,0	324,2	7,0
LECHE CARTÓN	2.820,8	60,9	1.923,2	41,5
LECHE BOLSA	1,2	0,0	0,9	0,0
LECHE ENVASADA	3.240,0	70,0	2.249,9	48,6
LECHE ENTERA	899,2	19,4	618,6	13,4
LECHE DESNATADA	819,9	17,7	571,9	12,4
LECHE SEMIDESNATADA	1.520,8	32,9	1.059,4	22,9
LECHE ENRIQUECIDA	409,1	8,8	327,5	7,1
CON CALCIO	191,4	4,1	155,7	3,4
CON VITAMINAS	47,3	1,0	33,6	0,7
CON OTROS ADITIVOS	170,5	3,7	138,2	3,0
BIFIDUS+FIBRA	3,6	0,1	4,0	0,1
RESTO OTROS ADITIVOS	166,9	3,6	134,2	2,9
TOTAL OTRAS LECHE	28,9	0,6	190,9	4,1
LECHE CONDENSADA	16,6	0,4	43,4	0,9
LECHE EN POLVO	8,3	0,2	136,2	2,9
LECHE EVAPORADA	3,9	0,1	11,2	0,2

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

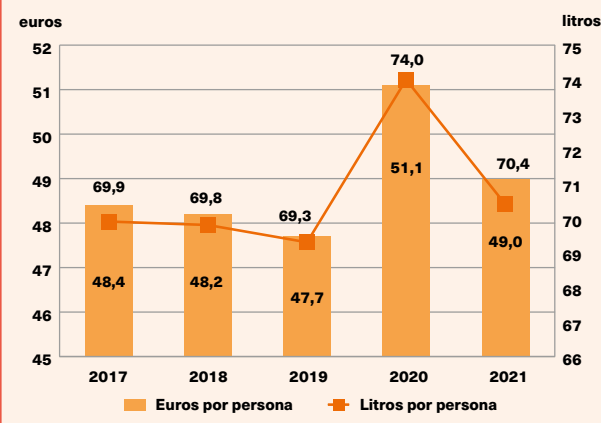
En términos per cápita, el consumo de leche durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- 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 Comunidad Valenciana, Cataluña y Andalucía.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

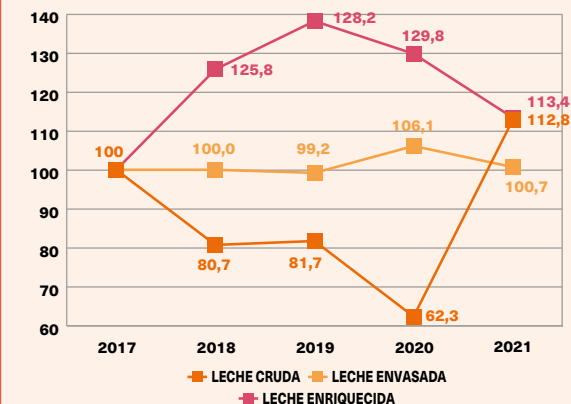
Durante los últimos cinco años, el consumo de leche estaba disminuyendo pero en el año 2020 se produce un repunte motivado por los efectos de la COVID-19 (respecto al último ejercicio, ha crecido 4,7 litros por persona) mientras que el gasto también se ha elevado (respecto al año anterior, ha aumentado 3,4 euros per cápita). En el ejercicio 2021 se produce un ajuste a la baja pero todavía con valores de consumo y gasto superiores a la etapa previa a la pandemia. En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado se produjo en el año 2020, con 74,0 litros, mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2020 (51,1 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN LECHE LÍQUIDA, 2017-2021



En la familia de leches, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido desigual para cada tipo de producto (destaca el repunte de la leche cruda durante 2021). Respecto a la demanda de 2017, crece la demanda de leche enriquecida, de leche envasada y de leche cruda.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE LECHE (2017=100), 2017-2021





# LENCE

**Río**  
DE GALICIA

**LEYMA**  
NATURA



## Alimenta tu espíritu de superación



**420**

Empleos directos



**2.600**

Empleos indirectos



**450**

Ganaderos



**07**

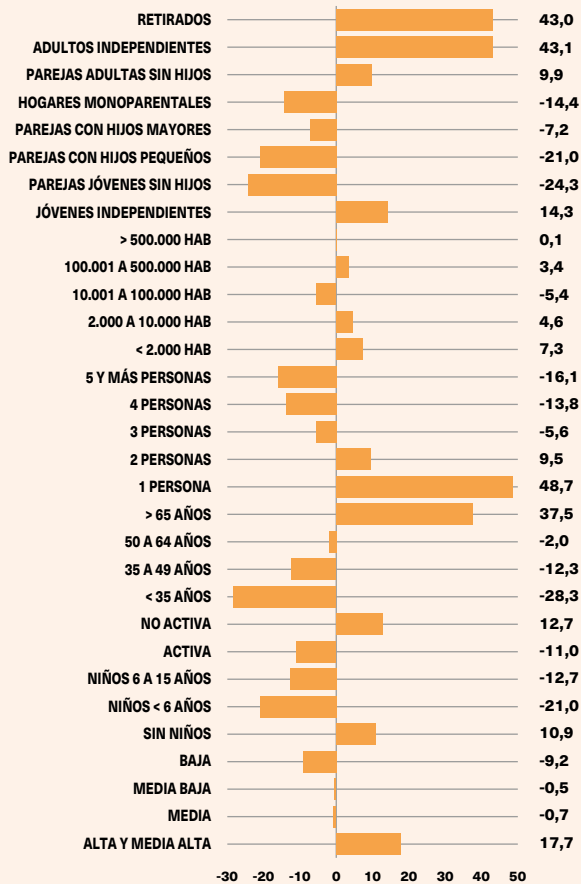
Marcas propias



**03**

Centros de producción

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

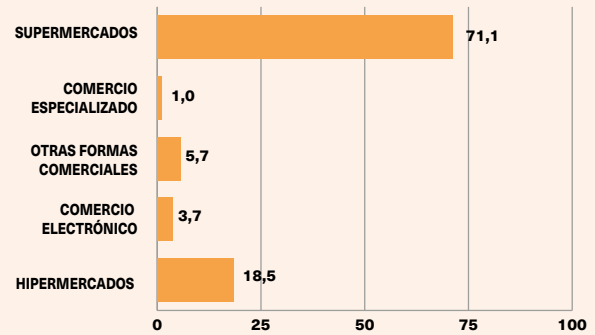


\* Media nacional = 70,4 litros por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de leche a los supermercados (71,1% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 18,5%, mientras que el establecimiento especializado concentra el 1,0%. El comercio electrónico llega al 3,7% de cuota mientras que el resto de formas comerciales acaparan el 5,7% restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



# PRODUCTOS LÁCTEOS

El sector de los productos lácteos refrigerados terminó 2021 en negativo, en comparación con el año anterior en el que aumentaron las ventas en el “retail” como consecuencia de la pandemia y el confinamiento. Sin embargo, los datos del año comparados con los de antes de la pandemia resultaron positivos.

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. Según datos del Ministerio de Agricultura, la producción nacional de estos productos en 2021 ascendió a 937.000 toneladas. Para abastecer la demanda anual, es necesario importar.

Según los datos de la consultora IRI, sólo hipermercados y supermercados se comercializaron durante 2021 un total de 825.037 toneladas de yogures y 181.635 toneladas de postres, en ambos casos por debajo del año anterior. El valor de las ventas de yogures en estos centros llegó a 1.857 millones de euros y el de los postres, a 465 millones.

Del volumen de yogures comercializados, el 76,8% fueron yogures sólidos y el resto líquidos. Entre los sólidos, dominan las ventas de “básico entero”, por encima de los desnatados, con frutas, etc.

En cuanto al mercado de los postres lácteos, el primer lugar en consumo lo ocupaban en 2021 las natillas (con predominio de las de vainilla), seguidas del flan, las gelatinas, las copas, el arroz con leche, la cuajada, los postres gelificados, el mousse (de chocolate especialmente), los profiteroles-tiramisú, la crema catalana, el tocino de cielo, las cremas diversas y finalmente, los postres vegetales. En 2021 se comercializaron 20 toneladas de estos postres vegetales, algo novedoso con respecto a las ventas de 2020.

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La Asociación Española de Fabricantes de Yogur y Postres Lácteos (AEFY) representa los intereses de las 12 empresas principales del sector y forma par-

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE BATIDOS Y HORCHATAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
J. García Carrión, S.A. (JGC) – Grupo *	941,8
Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A. (Capsa Food) *	726,84
Lactalis Puleva, S.L.U.*	613,51
Leche Celta, S.L. (Lactogal) *	188,88
Idilia Foods, S.L. *	179
Grupo Cacaolat, S.L.	53,46
Costa Concentrados Levantinos, S.A.	13
Fartons Polo, S.L. *	10,5
Horchata Panach, S.L. – Grupo	7,5
La Chufera, S.A.	3,44

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones.

### PRINCIPALES EMPRESAS DE YOGURES Y POSTRES LÁCTEOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
DANONE SA	806
Schreiber Foods España, S.L.	296,5
Lactalis Nestlé Prod. Lácteos Refreg. Iberia, S.A	180
Reina Group	150
Andros-DHUL	124,4
Kaiku Corp. Alimentaria	50,8
Postres Lácteos Romar	53,3
CLESA (Agrup.Coop.Lácteos)	29,5
El Pastoret de la Segarra	26,6
CAPSA (Central Lechera Asturiana)	21,8

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones.

te de la Federación Nacional de Industrias Lácteas (FENIL). Entre todos sus miembros producen más del 95 % del yogur y los postres lácteos frescos del mercado español, llegando a casi 9 de cada 10 hogares. Asimismo, estas empresas dan trabajo a unas 5.000 personas.

El sector de las empresas productoras y comercializadores de postres lácteos se caracteriza por una gran concentración y por la fuerte penetración de capitales internacionales. Los principales grupos del sector son filiales de enormes compañías multinacionales, junto a algunos especialistas de capital preferentemente español que tienen su origen en la recogida y producción de leche líquida y que han diversificado sus ofertas en los distintos segmentos del sector lácteo.

La empresa líder en el mercado de los yogures y postres lácteos es una multinacional francesa que en el año 2021 facturó 806 millones de euros (ventas totales, que incluyen otras producciones). Sus marcas están muy consolidadas y tienen también una gran presencia en la marca de distribución (MDD).

El segundo grupo facturó, en su línea de postres lácteos y yogures, cerca de 297 millones de euros, una cifra inferior a la del año precedente; la tercera empresa, 180 millones de euros; la cuarta, 150 millones de euros y la quinta, 124 millones de euros. A partir de esta posición, en el grupo de las primeras diez empresas hubo unas facturaciones que oscilaron desde los 50 millones de euros hasta los 21 millones de euros.

Tanto en el segmento de los yogures como en el de los postres lácteos, las marcas blancas (MDD) tienen una gran presencia, por encima de la que tienen en otros sectores. En 2021, además, ganaron cuota de mercado en hipermercados y supermercados, especialmente en el caso de los yogures (67,2% del volumen, según datos de la consultora IRI).

Por su lado, entre las nuevas líneas de productos que se introdujeron en el mercado en 2021 destacaron las alternativas “flexitarianas”.

## COMERCIO EXTERIOR

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. Durante 2021, las importaciones de yogures llegaron a 153.972 toneladas, una cifra inferior en un 2,5% a la del año anterior

En cuanto a las exportaciones, se vendieron 159.640 toneladas, un volumen superior en más de 19.000 toneladas al del año precedente y también el mayor de la última década, según los datos manejados por FENIL.

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 7.500 cabezas reproductoras y 80 explotaciones ganaderas que producen más de 12 millones de litros de leche destinados a la elaboración de mantequilla protegida. Anualmente, se comercializan 600.000 kilos de Mantequilla de L'Alt Urgell y la Cerdanya.

## HELADOS

La recuperación del turismo y la apertura de la hostelería y la restauración propiciaron un aumento de la producción española de helados durante 2021, que ascendió a 316,32 millones de litros, por un valor de 609,2 millones de euros, un 12,8% y un 13,4% más, respectivamente, que en 2020, según los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Aunque el mercado interior consume más de 70% de la producción, se estima que hay margen para que el consumo siga creciendo y se coloque al nivel del que hay en otros países de la Unión Europea.

Según datos de la consultora IRI, las marcas de distribuidor (MDD) supusieron en 2021 el 61,2% de las ventas en valor de helados individuales, mientras que la primera marca de fabricante (MDF) representó el 11%. En volumen, la MDD representó el 80,4% (algo menos que en el año 2020) y la primera MDF el 9,3% (algo más que un año antes).

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

A nivel empresarial, el año 2021 se caracterizó porque aumentó ligeramente el grado de concentración al fusionarse alguna de las principales empresas. El sector español de las empresas fabricantes y comercializadoras de helados presenta una situación claramente dual, ya que existe un gran número de pequeños y medianos operadores, junto a unos pocos y grandes grupos, muy a menudo filiales de enormes compañías multinacionales, que son los que tienden a controlar el mercado.

Otra de las características del sector industrial de los helados es que hay muchas empresas jóvenes, con menos de una década de historia. Más de un 70% de estas empresas heladeras se califica como microempresa; un 25% como pequeña empresa; un 3% como mediana empresa y un 2% se considera gran empresa.

Andalucía es la comunidad donde se encuentra 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 2021 una

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Univeler España, S.A. (División helados. Estimación)	200
Aiadhese, S.A. (Grupo Alacant)	143,02
ICE Cream Factory Co. Marker, S.A. (Grupo Ferrero)	130
Froneri Iberia	130
Grupo Helados Estiu	78
Lacrem	60
General Mills Ibérica	47,2
Grupo Kalise, S.A. *	32,3
Casty	29
Industrias Jijonencas	13,46

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021 \* Incluye la facturación de otras producciones.

facturación de 200 millones de euros en el sector, con marcas muy conocidas. Esta empresa 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 2021 facturó unos 143 millones de euros, muy por encima de la cifra del año anterior, con una producción que creció hasta los casi 90 millones de litros.

Por su lado, la tercera empresa en importancia facturó 130 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.

La innovación constante y la presentación de ofertas más saludables, adaptadas a los nuevos gustos de los consumidores, constituyen las principales estrategias para arañar cuotas de mercado.

En los últimos años, las ofertas que más crecen son las de los helados artesanales, los helados veganos, sin gluten y los bajos en grasa. Para el sector productor y comercializador, el gran desafío es conseguir la desestacionalización del consumo.

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.

## COMERCIO EXTERIOR

Según datos de Comercio, en 2021 se exportaron 48.278,8 toneladas de helados y se importaron 61.402,3 toneladas, un 26,3% y un 3,5% más que en 2020.

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.

De todas formas, muchos movimientos entre distintas filiales de una misma compañía no quedan reflejadas en las estadísticas de comercio exterior, por lo que las cifras reales pueden ser mucho más importantes.

La gran mayoría de los grandes operadores del sector apuestan también por internacionalizar sus plantas de producción para situarlas cerca de los grandes mercados de destino.

Por lo que hace referencia a las importaciones de helados, las principales partidas 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. ■



## QUESOS

**A**l igual que en el año anterior, el balance de 2021 no fue malo para el sector de los quesos, pues aumentó la producción tanto en valor como en volumen.

La producción industrial de queso se elevó a 520.600 toneladas, un volumen ligeramente superior al de 2020. El valor alcanzado por estas producciones superó los 2.522 millones de euros, unos 100 millones más que un año antes, de acuerdo con los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica en Instituto Nacional de Estadística (INE).

De esta producción, 137.641 toneladas fueron quesos frescos, requesones y cuajadas; 75.971 toneladas queso fundido (no incluye el queso rallado ni en polvo) y 307.088 toneladas sumaron el resto de los quesos (pasta dura, blanda, rallado, en polvo, etc.). Estos últimos quesos fueron los que más crecieron en volumen durante 2021.

### 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 Forlase	295,3
Grupo Lafuente	130
Arla Foods, S.A	121
Mantequerías Arias	103
Grupo Frieslandcampina Iberia, S.L *	90
Lácteos Flor de Burgos	67

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones.

Según datos de la consultora IRI, en hipermercados y supermercados se comercializaron durante 2021 un total de 274.185 toneladas de queso, de los que

el 21,9% eran frescos; el 16,1% rallados; el 13,1% fundidos y el 8,1% para untar. Asimismo, el 15,4% eran quesos nacionales y el 17,1% quesos de importación.

Igualmente, dentro del mercado de los quesos nacionales sobresalieron los tiernos (41%), seguidos de los semicurados (30%) y de los curados (28%). Las cuñas de queso destacan en las categorías de "semi" y curados, mientras que en quesos tiernos el mayor porcentaje de ventas es para los quesos enteros.

Entre los quesos de importación que más se vendieron 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 el libreservicio ya que acapararon en 2021 el 68,8% de todas las ventas en volumen y el 56,9% en valor, según los datos de la consultora IRI.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector industrial de los quesos estaba hasta hace unos años bastante atomizado y formado por un gran número de pequeños y medianos operadores, muy a menudo de carácter semiartesanal y con una incidencia limitada a los mercados locales.

Con los años, se han producido procesos de concentración que han acabado por configurar grandes grupos, que cuentan en muchas ocasiones con capital extranjero (italiano y francés principalmente) y que basan sus estrategias en el comercio exterior.

A nivel industrial, la principal empresa del sector facturó en 2021 un total de 570 millones de euros, pero incluyendo las aportaciones de otras empresas; el segundo grupo llegó a los 390 millones de euros y el tercero, a los 357 millones de euros. Por debajo de estas empresas se situaron otras siete con facturaciones que oscilaron entre los 300 y los 67 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 nuestro país, como ocurre con prácticamente todos los productos lácteos. De todas for-

mas, en los últimos tiempos la balanza comercial ha tendido a equilibrarse, ya que las exportaciones han crecido a buen ritmo, al tiempo que las importaciones se han reducido.

En 2020 España exportó 106.957 toneladas, según datos de Comercio, e importó 304.726 toneladas de queso y requesón. En 2021 las exportaciones aumentaron hasta las 107.212 toneladas y las importaciones descendieron hasta las 288.170 toneladas.

Tanto las exportaciones como las importaciones tienen un origen y destino europeos. En el caso de las importaciones, los principales proveedores son Alemania, Francia y Holanda, pero también se importan quesos de Italia, Dinamarca, Bélgica, Reino Unido; Polonia, Irlanda, Portugal y Luxemburgo.

Aunque las importaciones procedentes de países no europeos están creciendo significativamente, tienen todavía un peso relativo. Para los quesos españoles, los mercados de destino prioritarios son Italia, Portugal, Francia, Alemania, Reino Unido y Holanda. ■





## CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 1.629,3 millones de kilos de derivados lácteos y gastaron 5.964,5 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 35,2 kilos de consumo y 128,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al yogur (9,6 kilos por persona), seguido del queso, con 7,8 kilos per cápita al

año, y de los helados y tartas, que suponen un consumo de 3,7 kilos por persona al año. En términos de gasto, el queso concentra el 46,6%, con 60,0 euros por persona al año, y resulta significativa la participación del queso semicurado (15,2 euros) y del fresco (12,5 euros). Por su parte, el yogur supone el 13,8% del gasto total en este tipo de productos, con 17,8 euros por persona al año, mientras que los helados y tartas representan el 11,3%, con 14,6 euros per cápita anuales.

### CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL DERIVADOS LÁCTEOS	1.629,3	35,2	5.964,5	128,8
BATIDOS DE LECHE	103,0	2,2	141,7	3,1
BATIDOS DE YOGUR	61,7	1,3	100,2	2,2
LECHES FERMENTADAS	660,7	14,3	1.462,1	31,6
YOGUR	445,5	9,6	825,3	17,8
YOGUR CON ADITIVOS	132,5	2,9	317,5	6,9
YOGUR SIN ADITIVOS	312,9	6,8	507,7	11,0
YOGUR NATURAL	96,5	2,1	141,3	3,1
YOGUR SABORES	94,3	2,0	143,4	3,1
YOGUR FRUTAS	20,4	0,4	48,4	1,0
YOGUR DESNATADO	104,7	2,3	180,2	3,9
YOGUR ENRIQUECIDO	5,6	0,1	26,6	0,6
OTROS	124,0	2,7	285,3	6,2
YOGUR CON BIFIDUS	124,7	2,7	323,8	7,0
OTRAS LECHES FERMENTADAS	90,5	2,0	313,0	6,8
MANTEQUILLA	18,6	0,4	136,7	3,0
MANTEQUILLA LIGHT	2,5	0,1	18,1	0,4
MANTEQUILLA NORMAL	16,1	0,3	118,6	2,6
QUESO	363,0	7,8	2.779,0	60,0
QUESO FRESCO	106,7	2,3	579,3	12,5
FRESCO LIGHT	31,7	0,7	124,1	2,7
FRESCO SIN SAL	0,4	0,0	3,0	0,1
FRESCO BAJO SAL	3,9	0,1	30,2	0,7
FRESCO CALCIO	4,6	0,1	11,9	0,3
QUESO FUNDIDO	37,1	0,8	221,2	4,8
QUESO TIERNO	23,6	0,5	177,1	3,8
QUESO SEMICURADO	78,9	1,7	703,5	15,2
QUESO CURADO	18,2	0,4	187,1	4,0
QUESO OVEJA	15,0	0,3	175,1	3,8
QUESO CABRA	14,4	0,3	172,8	3,7
QUESO DE BOLA	7,1	0,2	71,5	1,5
QUESO EMMENTAL Y GRUYERE	4,8	0,1	37,1	0,8
QUESO TIPO AZUL	3,8	0,1	45,4	1,0
OTROS TIPOS QUESO	53,3	1,2	408,8	8,8
HELADOS Y TARTAS	170,9	3,7	676,4	14,6
HELADOS	149,0	3,2	568,6	12,3
TARTAS	21,9	0,5	107,8	2,3
NATA	49,3	1,1	141,4	3,1
NATILLAS	39,8	0,9	86,1	1,9
FLANES PREPARADOS	44,9	1,0	117,6	2,5
CUAJADAS	9,7	0,2	25,7	0,6
CREMA DE CHOCOLATE	17,1	0,4	37,3	0,8
CREMA CATALANA	1,3	0,0	6,9	0,1
POSTRES CON NATA	16,0	0,3	35,4	0,8
OTROS DERIVADOS LÁCTEOS	73,3	1,6	218,0	4,7

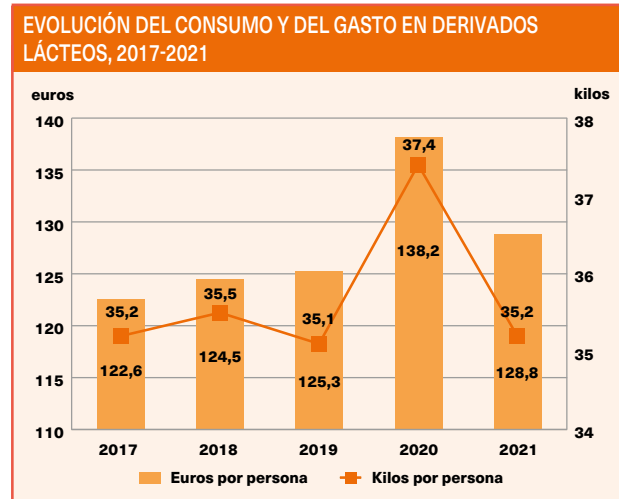
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de derivados lácteos durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

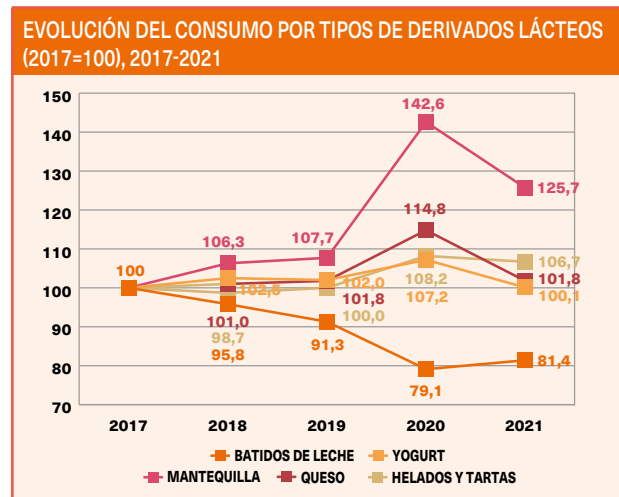
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de derivados lácteos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 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 Madrid, La Rioja y Castilla-La Mancha.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

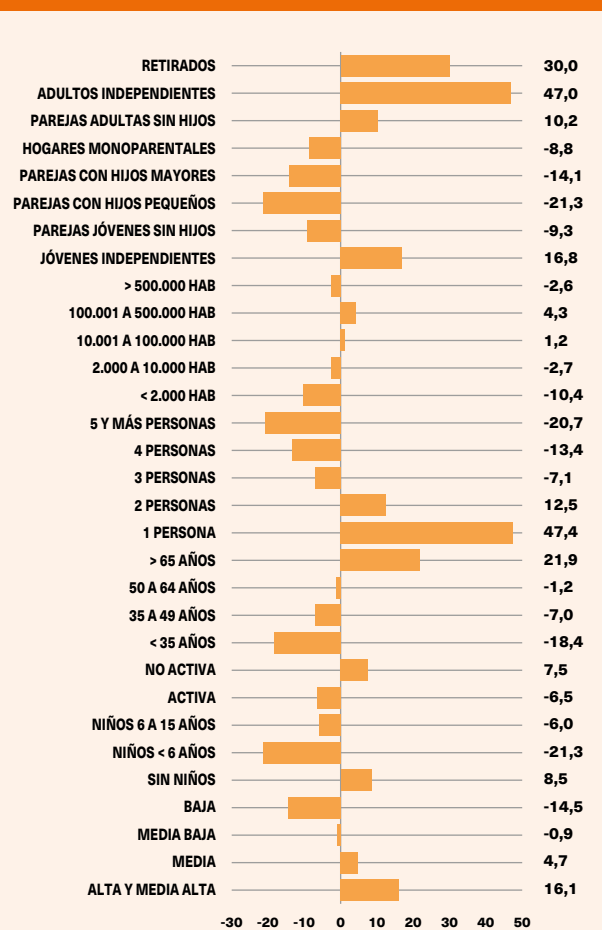
Durante los últimos cinco años, tanto el consumo como el gasto de derivados lácteos se había mantenido estable en términos per cápita aunque en el año 2020 se produce un repunte motivado por los efectos de la COVID-19 que, sin embargo, se ajusta a la baja en el ejercicio 2021. En el periodo 2017-2021, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2020 (37,4 kilos y 138,2 euros por consumidor).



En la familia de derivados lácteos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 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 el ejercicio 2021 con descensos de diferente intensidad. Respecto a la demanda de 2017, crece el consumo de helados, tartas, yogurt, queso y mantequilla, mientras que en el caso de los batidos de leche se produce un descenso.



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

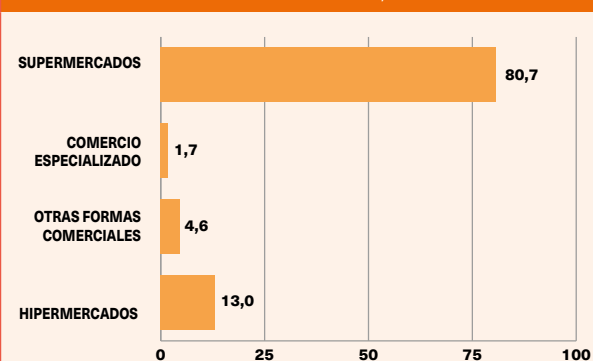


\* Media nacional = 35,2 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 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 13,0% y los establecimientos especializados llegan al 1,7%. Otras formas comerciales alcanzan la cuota del 4,6% restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE DERIVADOS LÁCTEOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



## 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.

## Arzúa-Ulloa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** El territorio de producción de leche y elaboración del tradicional "queso gallego" amparado por la DOP comprende 32 municipios de la Galicia central.

**CARACTERÍSTICAS:** se elabora con leche entera, cruda o pasteurizada, de vacas de razas Rubia Gallega, Frisona, Pardo Alpina y sus cruces. El tiempo mínimo de maduración es de 6 días. Su forma es lenticular o cilíndrica, con los bordes redondeados, y su peso oscila entre 0,5 y 3,5 kg. La corteza es fina y elástica, de color amarillo, brillante, limpia y lisa. La masa es de color uniforme, entre blanca marfil y amarillo pálido, de aspecto brillante, sin grietas, y puede presentar ojos en número reducido. Su aroma es lácteo, intenso a mantequilla, con matices de yogur, y también nata y nuez, de intensidad débil. Su sabor es elemental de leche, ligeramente salado y de acidez media. La textura es fina, poco húmeda, poco firme y con elasticidad baja. En la boca es fundente y soluble. Se ampara también un Arzúa-Ulloa Curado, con un período de maduración mínima de 6 meses.

**DATOS BÁSICOS:** están inscritas más de 1400 explotaciones ganaderas con más de 30.000 vacas productoras, y 21 queserías que elaboran una media anual de 3,4 millones de kilos de Arzúa-Ulloa, lo cual significa que esta DOP es la segunda de las de los quesos españoles, y la primera entre las que amparan quesos de leche de vaca. Más del 80% se consume en Galicia, donde popularmente se le conoce también como "el queso del país".

## 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.

## Cebreiro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de elaboración y producción del Queixo do Cebreiro se localiza en 13 concejos al sudeste de la provincia de Lugo.

**CARACTERÍSTICAS:** El queso se elabora con leche pasteurizada de vaca de las razas Rubia Gallega, Pardo Alpina, Frisona o sus cruces, aunque también se puede utilizar leche de cabra en una proporción que no supere el 40% del total. El período de maduración oscila entre 48 horas para el fresco y 2 meses para el curado y su peso va de 0,3 kilos a 2 kilos. El queso se presenta en forma de seta o gorro de cocinero y de corteza fina o inexistente. La pasta es granulosa, blanda, untuosa y fundente en el paladar, con sabor levemente ácido.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritos 6 productores y 4 empresas queseras que comercializan una media anual de 30.000 kilos de queso con Denominación de Origen Protegida.

## Formatge de l'Alt Urgell i La Cerdanya

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



### ZONA GEOGRÁFICA:

La Denominación de Origen Protegida ampara la producción de leche y la elaboración del queso en las comarcas de l'Alt Urgell y la Cerdanya de

las provincias de Lleida y Girona.

**CARACTERÍSTICAS:** Se utiliza exclusivamente leche fresca de vaca. El proceso de maduración se prolonga durante un mínimo de 45 días en cavas. Los quesos son de forma cilíndrica, de 2,5 kilos de peso, de pasta prensada, no cocida, de color crema o marfil, de textura tierna y cremosa, de aroma dulce y penetrante, gusto suave, agradable y muy característico.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritas unas 7.500 cabezas reproductoras y 80 explotaciones ganaderas que producen más de 3 millones de litros de leche destinados a la elaboración de queso protegido. Se comercializan aproximadamente 300.000 kilos de Queso de l'Alt Urgell y la Cerdanya.

## Gamoneu (Gamonedo)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona geográfica está situada en el Parque Nacional de Picos de Europa y los municipios que la integran son Cangas de Onís y Onís en el Principado de Asturias.

**CARACTERÍSTICAS:** Es graso, ahumado, madurado, de corteza natural, elaborado artesanalmente con mezcla de leche de oveja, vaca y cabra. Es de forma cilíndrica y su peso oscila entre 0,5 y 7 kilos, la consistencia de la pasta es dura o semidura. Su color en el interior es blanco o blanco amarillento y azulado-verdoso en su exterior, y según la cepa de moho de las cuevas llega a adquirir un color rojizo. Su sabor presenta un predominio suave de humo y ligeramente picante. En boca evoluciona a mantecoso y con regusto persistente a avellanas. Las variedades autorizadas son las tradicionales "Gamoneu" o "Gamonedo" del Puerto y "Gamoneu" o "Gamonedo" del Valle.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritas 22 explotaciones ganaderas que producen más de 1.116.835 litros de leche con destino a la elaboración de producto. Están registradas 21 queserías que comercializan 94.108 kilos de queso con DOP.

## Idiazabal

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de elaboración y producción del queso con Denominación de Origen Protegida Idiazabal se extiende por todo el País Vasco y Navarra (excepto la zona del valle del Roncal).

**CARACTERÍSTICAS:** Para su elaboración se utiliza exclusivamente leche cruda de oveja de las razas Latxa y Carranzana. El período de maduración mínimo es de 2 meses. Se producen quesos ahumados y sin ahumar y el peso puede oscilar entre 1 y 3 kilos. De sabor intenso, amplio, limpio y consistente, resulta un queso equilibrado y con una marcada y definida personalidad.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritas unas 400 explotaciones, que producen una media anual de 9,5 millones de litros de leche. Las 124 queserías que producen aproximadamente unas 1.400 toneladas de queso Idiazabal al año. Declarado "Producto Patrimonio Culinario Europeo".

## Mahón

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción y elaboración de queso comprende todo el territorio de la isla de Menorca, en Baleares.

**CARACTERÍSTICAS:** Los quesos se elaboran con leche entera de vaca; tienen forma cuadrada y un peso entre uno y cuatro kilos.

Se fabrican tres variedades: Tierno, de 21 a 60 días de maduración, resulta suave, blando y elástico, de aromas lácticos y ligero sabor ácido; Semicurado, de 2 a 5 meses de maduración, anaranjado o pardo si es artesano y reminiscencias a manteca 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 1.303 explotaciones ganaderas, con más de 335.500 vacas, que producen unos 14,2 millones de litros de leche. Las 30 queserías registradas producen una media anual de 1,82 millones de kilos de queso, que se comercializan en un 90% en el mercado nacional y el 10% 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 galeñas 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 149 granjas suman un censo de 88.103 cabras Murciano-Granadinas. Hay 8 queserías certificadas por el Consejo Regulador que alcanzaron en 2020 una producción total de 1.108.547 kilos de los tres tipos de queso. El queso Murcia al vino y Murcia curado se exportan en un 86 y 67 % respectivamente, mientras que el Murcia Fresco se distribuye a nivel nacional.

# LA PECCA

Si tienes la suerte de tener algo único, es que eres único. Te lo dice un sello que garantiza el origen y la calidad de un producto distinto a todos los demás, con una forma muy, muy particular. Porque en esa diferencia está el secreto de nuestra maduración, cremosidad y sabor. ¿Cuál es la tuya?

CELEBREMOS LO QUE NOS HACE DIFERENTES



## 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



Consejo Regulador de Denominación de origen

queso majorero

**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 gofío. 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, gofío 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.

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.I. / 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

## 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



**E**l sector ganadero-cárnico es un motor fundamental de la economía rural y es un agente fundamental de desarrollo social y económico. La ganadería emplea de forma directa a más de medio millón de personas y las industrias cárnicas y el comercio minorista de la carne a cerca de 200.000 empleados. La actividad ganadera se desarrolla en más de 350.000 granjas de toda la geografía nacional.

A efectos de calcular la renta agraria, el subsector de las carnes y el ganado generó en 2021 un total de 16.214 millones de euros expresados en valores corrientes a precios básicos, una cifra superior en un 3,8% a la del año anterior, según los datos del Ministerio de Agricultura.

El subsector cárnico-ganadero representó en 2021 el 28,7% de la Producción Final Agraria y el 77,5% de la Producción Final generada por todo el sector animal, de lo que se deduce su importancia por encima de las producciones de origen animal como la leche o los huevos.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES CARNES  
(Miles de toneladas)

CCAA	2019	2020	2021
AVES	1.705,20	1.707,99	1.629,45
CAPRINO	10,42	10,15	10,13
CONEJOS	52,14	51,18	47,52
OVINO	121,3	115,11	120,38
PORCINO	4.641,16	5.003,43	5.180,10
VACUNO	695,1	677,7	717,87
*OTRAS CARNES	11	10	9
TOTAL	7.236	7.575,6	7.714

FUENTE: MAPA. \*Equino y cerdo ibérico principalmente.

A grandes rasgos y en conjunto, en 2021 se produjo un aumento en el volumen de producción (2,4%, porcentaje similar al del año 2020), así como también un incremento de los precios medios de la carne y el ganado (1,4%).

En el segundo año de la pandemia provocada todos los subsectores cárnicos aumentaron su producción de cara al cálculo de la renta agraria, excepto el de las aves, los conejos y el ganado equino.

Sumando todas las producciones, se alcanzaron los 7,71 millones de toneladas de carne, un 1,8% más que en el año anterior.

En su conjunto, las exportaciones de productos cárnicos alcanzaron en 2021 la cifra de 8.819 millones de

euros, un 4,4% más que en el año anterior, según datos del Ministerio de Agricultura. El grueso de estas ventas se produjeron a los países de la UE y el sector que más exportó con mucha diferencia fue el porcino.

En la Unión Europea, por su lado, el conjunto de las producciones cárnicas genera un valor -a efectos de calcular la renta agraria- de unos 84.000 millones de euros. El subsector cárnico representa el 59% de toda la Producción Ganadera final de la UE y el 25% de toda la Producción Agraria. ■

## PORCINO

Por su aportación económica, el porcino es el principal sector ganadero en España. En 2021, el sector del porcino supuso el 42,4% de la Producción Final Ganadera y el 15,7% de la Producción Final Agraria (porcentajes superiores a los del año anterior).

Expresado en euros corrientes, el valor alcanzado por el sector porcino en 2021 ascendió a 8.868,2 millones de euros, 97 millones más que un año antes.

La producción de carne de porcino aumentó en cantidad un 3,4% (el año anterior había aumentado un 6,8%) y los precios bajaron un 2,2% (en 2020 lo habían hecho un 3,3%), dos hechos que propiciaron una subida del valor final generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria en un 1,1%.

Según los datos de la Encuesta de Sacrificio en Mataraderos del MAPA, en 2021 continuó la tónica de crecimiento y aumentó la producción nacional hasta llegar a 5,18 millones de toneladas.

Al contrario que en los dos años anteriores, el número de explotaciones dedicadas al porcino aumentó en 2021 hasta las 50.183 granjas, según datos del REGA (Ministerio de Agricultura). En los últimos años, el sector ha sufrido una profunda reestructuración.

El grueso de estas explotaciones eran granjas de crianza intensiva de cerdos, mientras que el resto eran establecimientos de producción mixta (intensiva-extensiva) o directamente extensiva.

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.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE PORCINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Toneladas)		
CCAA	2020	2021
ANDALUCÍA	304.354,9	310.914
ARAGÓN	917.506,9	1.023.560
ASTURIAS	4.527,1	4.436,3
BALEARES	3.195,3	3.288,8
C. VALENCIANA	126.975,7	127.611,2
CANARIAS	5.155,4	5.173,2
CASTILLA LA MANCHA	407.351,9	413.968,6
CASTILLA y LEÓN	663.926,3	631.315,1
CATALUÑA	1.995.188,2	2.080.549
EXTREMADURA	74.638,4	70.650,6
GALICIA	91.615,9	88.398
LA RIOJA	1.412,3	1.310,9
MADRID	42.532,0	46.059,1
MURCIA	361.704,0	369.224,2
NAVARRA	1.961,7	2.051
OTRAS COMUNIDADES	1.386,6	1.548
TOTAL	5.003.432,6	5.180.058

FUENTE: MAPA

PRODUCCIÓN DE CARNE DE PORCINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2018	2019	2020	2021
MUNDO	111.921	101.030	95.767	107.730
UE	22.919,8	22.768,5	23.031	23.434
ESPAÑA	4.521,60	4.641,16	5.003,43	5.180,1

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

Al acabar 2021 el censo de porcino de producción cárnica (no incluye al cerdo ibérico) rondaba los 30,88 millones de cabezas. De este censo total, unos 12,2 millones de animales eran cerdos cebados y 8,7 millones eran lechones.



# LEGADO IBÉRICO



*Siempre sale bueno*



rico en **umami** natural  
¡Bienvenido al 5º sabor!

[www.legadoiberico.com](http://www.legadoiberico.com)



\*Alto contenido en grasas monoinsaturadas.

Por su censo, destacaron en 2021 Aragón (32% del total), Cataluña (26%), Castilla y León (11,5%) y Región de Murcia (8%).

Respecto al comercio exterior, al igual que en los cinco años previos, en 2021 también se incrementaron las ventas exteriores de carne de porcino. Según los datos de Aduanas, que incluyen todos los productos del sector, no sólo carne, se alcanzó en el conjunto del año un volumen de 3.091.265 toneladas (en 2020 no se llegó a 3 millones de toneladas). De ese volumen, 1,87 millones de toneladas fueron ventas exteriores a países extracomunitarios y los restantes 1,21 millones de toneladas fueron ventas a la UE. El valor de esas importaciones de carne y productos derivados ascendió a 7.635 millones de euros (2,9 millones procedentes de la UE y 4,65 millones de países terceros).

Por su parte, el volumen de carne y resto de productos de porcino importados ascendió en 2021 a 349.125 toneladas, de las que 346.963 toneladas correspondieron a las compras a países de la Unión Europea. Por su lado, el valor de las importaciones alcanzó los 614,2 millones de euros, la mayor parte con origen en países de la UE.

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 al millón de toneladas (más del 40% del total). Las exportaciones a China crecieron un 10% en 2021 y también lo hicieron las ventas a Francia (2,1%), Filipinas (20,9%), Reino Unido (97%), Polonia (111%), República Checa (12%) o Bulgaria (3%). En sentido contrario, se redujeron las exportaciones a países como Italia, Portugal, Japón, Corea del Sur, Rumanía, Alemania y Dinamarca. En cuanto a los lugares de procedencia, la mayor partida fue la de los países comunitarios.

## PORCINO EN LA UE Y EN EL MUNDO

A nivel comunitario, la producción de carne de porcino en 2021 fue mayor que en 2020: 23,4 millones de toneladas, un 1,7% más que un año antes. Los países europeos que más aportaron a esa producción en 2021 fueron España (22%), Alemania (21%), Francia (9%), Polonia (8%), Holanda (7%), Dinamarca (7%), Italia (6%), y Bélgica (5%), según datos de la Comisión.

A nivel mundial también aumentó la producción, que rondó los 107 millones de toneladas de carne, según datos del Gobierno de Estados Unidos, un 12,5%

### CABAÑA ESPAÑOLA DE PORCINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas. Incluidas las de cerdo ibérico)

CCAA	EFECTIVOS TOTALES	
	2020	2021
ANDALUCÍA	2.758,7	2.790
ARAGÓN	8.778,7	9.874,7
ASTURIAS	6,9	7
BALEARES	53	44,6
C-VALENCIANA	1.206,6	1.034,61
CANARIAS	50,7	37,54
CANTABRIA	0,9	0,8
CASTILLA Y LEÓN	4.400,50	4.564,42
CASTILLA-LA MANCHA	1.727	1.874,66
CATALUÑA	7.953,1	8.020,9
EXTREMADURA	1.455,3	1.526,65
GALICIA	1.286,7	1.196,3
LA RIOJA	135,1	112
MADRID	20,7	20,6
NAVARRA	685,6	828,6
PAÍS VASCO	36	37
R. MURCIA	2.120,1	2.483,67
TOTAL ESPAÑA	32.676,6	34.454,1

FUENTE: MAPA

más que en el año anterior. La Unión Europea y otros 6 países producen el 85% de toda la carne de porcino del mundo. China es el primer productor (40% del total en el año 2021), seguido de la UE (21%), Estados Unidos (11%), Brasil (4%), Rusia (4%), Vietnam (3%) y Canadá (2%)

## 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 2021 el censo de ganado porcino ibérico se sitúa en unos 3,57 millones de cabezas, cifra inferior a la de 2020. Asimismo, la producción de carne de cerdo ibérico se elevó a 599.400 toneladas en canal.

Extremadura es la región con mayor número de efectivos (40,4% del total), seguida de Castilla y León (28,58%), Andalucía (24,8%) y Castilla-La Mancha (5,9%).

## COMERCIO EXTERIOR DE CARNES

En 2021 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 (207.111 toneladas) aumentaron un 3,6%, mientras que las de



animales vivos (101.733 toneladas) disminuyeron con respecto al año anterior un 16,1%. Con estos datos, la caída en volumen de las exportaciones fue del 3,8%.

Por su lado, entre las importaciones hubo aumentos en todos los subgrupos. En conjunto se registró un crecimiento del 3,2% respecto al volumen importado en 2020, ya que las ventas de animales vivos (86.092 toneladas), crecieron un 2% y las de carnes (105.926 toneladas) lo hicieron en un 4,7%. El valor

de las carnes importadas ascendió a 602,9 millones de euros, mientras que el de las exportadas fue de 876,4 millones de euros. Por su parte, los animales vivos importados costaron 240,8 millones de euros y los exportados 267,7 millones.

El grueso de los intercambios del sector se produjo con países de la Unión Europea. Entre los países que más compraron destacó Portugal e Italia, mientras que entre los que más vendieron sobresalió Polonia. ■

## VACUNO

El sector español 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 de localizaciones geográficas normalmente alejadas. La etapa o fase más cara y delicada es el de la vaca de cría o vaca nodriza, como normalmente se denomina a las hembras reproductoras en el argot comunitario, que adquieren este nombre por el hecho de amamantar a los terneros que paren, sin someterse en ningún momento al ordeño.

El objetivo de producción de este sector de las vacas nodrizas es suministrar terneros para la producción de carne. En este grupo de vacas destacan las razas autóctonas españolas (avileña-negra ibérica, asturiana de los valles y asturiana de la montaña, morucha, retinta y rubia gallega) aunque también existen razas importadas, como la charolesa y limusine, y los cruces de éstas con las razas autóctonas.

Las vacas nodrizas se encuentran fundamentalmente en Castilla y León, Extremadura y Andalucía, seguidas por Galicia, Asturias y Cantabria. La producción se localiza en tres zonas: dehesas del oeste y suroeste, Galicia y áreas de Montaña (Cantábrico, Pirineos, Sistema Central y Sistema Ibérico).

Salvo en la zona de dehesa, las explotaciones suelen contar con un número bajo de animales (15-16 de media). En todos los casos, alimentan el ganado con los recursos propios de la explotación y complementan con paja y sus propios forrajes conservados y algo de concentrado, en determinados meses del año en los que los recursos pastables se han agotado.

CABAÑA ESPAÑOLA DE VACUNO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas, incluidas vacas lecheras)		
CCAA	EFFECTIVOS TOTALES	
	2020	2021
ANDALUCÍA	544,2	540,77
ARAGÓN	397,3	395,43
ASTURIAS	395	391,49
BALEARES	26,5	26,1
C-VALENCIANA	57	54,25
CANARIAS	20,1	20,38
CANTABRIA	279,3	272,74
CASTILLA Y LEÓN	1.475,3	1.484,67
CASTILLA-LA MANCHA	480,2	466,72
CATALUÑA	650,8	628,6
EXTREMADURA	890,2	891,32
GALICIA	939	932,77
LA RIOJA	42,3	41,99
MADRID	94,9	94
NAVARRA	123,4	123,38
PAÍS VASCO	136,5	133,92
R. MURCIA	83,8	77,6
TOTAL ESPAÑA	6.636,4	6.576,29

FUENTE: MAPA

Las explotaciones de cebo, en cambio, son totalmente intensivas y salvo en zonas concretas como pueda ser Galicia, no cuentan con superficies forrajeras para hacer esta fase y la alimentación se realiza con piensos compuestos en los que los cereales son mayoritarios.

Los grandes cebaderos se ubican en zonas próximas a concentraciones de población como Madrid o Barcelona, de ahí que destaquen zonas puntuales de gran producción como Lérida, Toledo o Segovia.

## 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.

A efectos de calcular la renta agraria, el volumen de carne producida en España aumentó en 2021 un 5,3%, rompiendo así la tendencia decreciente de los años anteriores. Asimismo, los precios subieron un 5%, con lo que el valor generado por este subsector aumentó también hasta llegar a 3.195,6 millones de euros, expresados en valores corrientes.

El sector de vacuno de carne español representaba en 2021 el 15,3% de la Producción Final Ganadera y el 5,7% de la Producción Final Agraria, porcentajes ambos muy inferiores a los del año anterior.

En 2021, el censo de ganado vacuno destinado a la producción de carne (excluidas las vacas lecheras) superaba los 5,77 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 en el segundo año de la pandemia y ascendió a 711.878 toneladas, un 5,9% más que en el año anterior.

Cataluña aportó el 17,2% de la producción de carne; Castilla y León el 15,5%, Galicia el 14% y la Comunidad Valenciana (12%).

## 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 la UE un valor de cerca de 25.000 millones de euros a efectos de calcular la renta agraria. 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 2021, el censo total rondaba los 76 millones de cabezas, de las que un 23% estaban 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)

	2018	2019	2020	2021
MUNDO	57.731	58.653	57.735	58.134
UE	7.007	6.909	6.815	6.795
ESPAÑA	669	695,1	677,7	717,9

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

### PRODUCCIÓN DE CARNE DE VACUNO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2020	2021
ANDALUCÍA	27.286,2	27.532,3
ARAGÓN	36.226,5	39.669
ASTURIAS	16.862	16.851,9
BALEARES	2.033,5	2.218,2
C. VALENCIANA	7.9301	87.387
CANARIAS	3.004,4	3.152,4
CANTABRIA	10.359,5	11.003
CASTILLA LA MANCHA	54.038,8	53.589,4
CASTILLA y LEÓN	11.0847,5	111.282,3
CATALUÑA	125.355,2	132.408
EXTREMADURA	32.226,8	39.811,4
GALICIA	95.603,1	100.752
LA RIOJA	3.122,8	2.452,7
MADRID	35.100,7	42.358,9
MURCIA	24.221,1	21.601,5
NAVARRA	9.521,8	13.403
PAÍS VASCO	12.629,5	12.396,9
TOTAL	677.740,4	717.879
TOTAL	695,1	677,3

FUENTE: MAPA

La producción de carne de vacuno en la UE en 2021 (sin incluir ya al Reino Unido) se elevó a 6,79 millones de toneladas, un 0,3% menos que en 2020. A esa producción, Francia aportó el 20,8%, Alemania el 15,5% e Italia (10,8%). España ocupó el cuarto lugar en el ranking comunitario.

Con respecto a la balanza comercial, entre animales vivos, carnes frescas y congeladas y otros preparados la UE exportó en 2021 por encima de los 1,11 millones de toneladas, según cifras de la Comisión Europea. La principal partida de las exportaciones fue la de animales vivos, seguida de la carne fresca. 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 319.400 toneladas 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 2021 aumentó ligeramente hasta superar los 58,1 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 2021 rondó los 11,4 millones de tonela-

das y las importaciones los 10 millones de toneladas. Con respecto a un año antes, aumentaron tanto las importaciones como las exportaciones.

China fue el país que más carne importó a nivel mundial (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

**E**l sector de la producción de carne de ovino y de caprino ocupa el sexto lugar por su aportación económica al sector ganadero, leche y huevos incluidos. A efectos de calcular la renta agraria anual, el Ministerio de Agricultura estimó que la producción de carne de ovino y de caprino aumentó en volumen un 4,6% en 2021, mientras que sus precios subieron un 11,2% (en el año anterior también subieron). Conforme a estos datos, el valor generado por este subsector se incrementó un 16,3% con respecto al año precedente.

El sector ovino-caprino representaba en 2021 el 2,4% de la Producción Final Agraria nacional y el 6,5% de la Producción Final Animal, porcentajes ambos por encima de los que representó en 2020 este subsector ganadero. El valor estimado de la producción de ovino-caprino, a efectos de calcular la renta agraria, ascendió a 1.359,4 millones de euros.

### CABAÑAS A LA BAJA

La cabaña de ovino destinado a la producción de carne volvió a descender en 2021 hasta los 12,98 millones de cabezas. Asimismo, la producción de carne de ovino rondó las 120.380 toneladas, un volumen superior en un 4,6% respecto a la del año precedente.

Por su censo de ovino destinado a la producción de carne destacaron en 2021 regiones como Castilla y León (30% del total), Castilla-La Mancha (12,5%), Cataluña (12,3%) y Murcia (11%).

Respecto al subsector caprino para carne, el censo continuó bajando en 2021 hasta llegar a 1,2 millones de animales (un año antes superaba los 1,4 millones de cabezas).

En cuanto a la producción de carne de caprino, al igual que en el año precedente, en 2021 se registró un ligero decrecimiento y quedó en 10.130 toneladas. Las regiones con mayor producción fueron Andalucía (38% del total), Canarias (19%), Murcia (13%) y Castilla-La Mancha (9%).

La demanda nacional de cordero se centra en animales de edad inferior a 4 meses, que se consumen mayoritariamente en el centro del país. En cuanto al caprino, el consumo se concentra principalmente en las regiones este y sureste del país.

### COMERCIO DE OVINO Y CAPRINO EN ESPAÑA

La balanza comercial en el sector del ovino y caprino tuvo un saldo muy positivo en 2021, como es habitual. Las exportaciones de carne y despojos comerciales de ovino y caprino se elevó a 53.000 toneladas, un 25,6% más que en el año anterior, en el que se redujo la exportación. De este volumen, cerca del 90% correspondió al comercio intracomunitario, con Francia e Italia como destinos principales. El valor de las ventas por el contrario, se elevó por encima del nivel del año precedente al alcanzar los 281,6 millones de euros.

En cuanto a las importaciones, el volumen total (carne y despojos) ascendieron a 6.024 toneladas, 400 toneladas más que en 2020. Como en el caso de las exportaciones, el grueso de las compras de carne y despojos procedió de los países de la UE.

Al margen del comercio de carne, también hay en el sector ovino-caprino intercambios de animales vivos. Los animales exportados sumaron 40.568 toneladas, un 24% menos que un año antes.

En cuanto a las importaciones de animales vivos, su peso rondó las 3.082 toneladas, 1.700 toneladas menos que en el año 2020.

### OVINO Y 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, supera anualmente los 3.500

**CABAÑA ESPAÑOLA DE OVINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS**  
(Miles de cabezas, incluidas ovejas lecheras)

CCAA	EFECTIVOS TOTALES	
	2020	2021
ANDALUCÍA	2.276,40	2.186,36
ARAGÓN	1.629,8	1.546,37
ASTURIAS	58,6	57,48
BALEARES	280,5	272,97
C-VALENCIANA	285,1	271,88
CANARIAS	40	38,61
CANTABRIA	39,6	40,19
CASTILLA Y LEÓN	2.502	2.430,86
CASTILLA-LA MANCHA	2.410,3	2.315,66
CATALUÑA	488,2	466,88
EXTREMADURA	3.733,60	3.725,39
GALICIA	186,8	184,1
LA RIOJA	100,2	101,24
MADRID	106	105,13
NAVARRA	467	460,62
PAÍS VASCO	217,3	213,78
R.MURCIA	617,4	633,78
TOTAL ESPAÑA	15.439,20	15.081,34

FUENTE: MAPA

**CABAÑA ESPAÑOLA DE CAPRINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS**  
(Miles de cabezas)

CCAA	EFECTIVOS TOTALES	
	2020	2021
ANDALUCÍA	1.019,7	993,65
ARAGÓN	51	50
ASTURIAS	37,7	35,85
BALEARES	13,6	13,5
C-VALENCIANA	81	75,77
CANARIAS	200,7	203,93
CANTABRIA	20	20,56
CASTILLA Y LEÓN	148,9	149,32
CASTILLA-LA MANCHA	387,2	368,6
CATALUÑA	75,5	72,1
EXTREMADURA	267	255,87
GALICIA	44,7	44,27
LA RIOJA	11,3	11,28
MADRID	39,6	40,39
NAVARRA	12,7	14,27
PAÍS VASCO	26,8	27,35
R.MURCIA	213	213
TOTAL ESPAÑA	2.651,0	2.589,76

FUENTE: MAPA

**PRODUCCIÓN DE CARNE DE OVINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA** (Miles de toneladas)

	2018	2019	2020	2021
MUNDO	9.402,2	9.476,5	9.885,5	10.000
UE	528	495	524	533
ESPAÑA	119,6	121,3	115,11	120,38

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

**PRODUCCIÓN DE CARNE DE CAPRINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA** (Miles de toneladas)

	2018	2019	2020	2021
MUNDO	5.905,8	6.073,6	6.142,1	6.200
UE	57,2	54	54	56
ESPAÑA	10,9	10,2	10,15	10,13

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

**PRODUCCIÓN DE CARNE DE OVINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS** (Toneladas)

CCAA	2020	2021
ANDALUCÍA	6.990	7.766
ARAGÓN	12.521	12.790
BALEARES	1.452,5	1.377,4
C. VALENCIANA	7.780	7.813,1
CANARIAS	135	125,2
CASTILLA LA MANCHA	15.569	15.078,8
CASTILLA y LEÓN	31.669	36.413,6
CATALUÑA	15.099	14.881,9
EXTREMADURA	2.988,3	3.580,7
GALICIA	263,3	312,6
LA RIOJA	3.332,1	3.238,5
MADRID	1189	1.385
MURCIA	12.603,3	12.885,9
NAVARRA	2780	2.369,4
PAÍS VASCO	98	137,4
OTRAS COMUNIDADES	648	503,4
TOTAL	115.117	120.659

FUENTE: MAPA

**PRODUCCIÓN DE CARNE DE CAPRINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS** (Toneladas)

CCAA	2020	2021
ANDALUCÍA	3.906	3.847
ARAGÓN	244	175
ASTURIAS	32	39,8
BALEARES	32	28,4
C. VALENCIANA	318	259
CANARIAS	1.974	1.967,6
CASTILLA LA MANCHA	778	935,8
CASTILLA y LEÓN	823	863
CATALUÑA	442	354
EXTREMADURA	84	61,4
GALICIA	50	44,8
LA RIOJA	107	117,6
MADRID	103	95,6
MURCIA	1.203	1.279,2
NAVARRA	33	38,3
OTRAS COMUNIDADES	19	20,4
TOTAL	10.149	10.127

millones de euros, lo que supone aproximadamente el 2,5% de la Producción Ganadera final.

El censo total (ovino-caprino) de la UE en 2021 a 71,5 millones de cabezas, cifra ligeramente inferior a la del año pasado (sin tener en cuenta los datos de Reino Unido, que en este sector ganadero es una gran potencia). De la cabaña total, 60 millones eran ovejas y 11,4 millones eran cabras. Con relación al año precedente, disminuyó tanto la cabaña de ovejas, como la de cabras, según los datos publicados por la Comisión Europea.

Tras la salida del Reino Unido de la UE, España es el país con una mayor cabaña ovina (27% del total), seguido de Rumanía (17%), Grecia (12%), Francia (11%), Irlanda (8%), Italia (8%), Alemania (6%), Portugal (4%) y Bélgica (2%).

Por su lado, en caprino destacan por su cabaña Grecia (31% del total), España (21%), Rumanía (20%), Francia (12%), 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 588.000 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 533.000 toneladas (9.000 más que en el año anterior) y el resto al caprino.

El consumo aparente se estimó, según la Comisión, en cerca de 667.000 toneladas, lo que supone que la UE tiene que comprar carne en el exterior porque su nivel de autoabastecimiento está en el 96%. 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.

## CARNE DE AVES

**E**l sector de la carne de aves representó en 2021 el 4,5% de la Producción Final de la rama agraria y el 12,2% de la Producción Final de la rama ganadera.

Al igual que sucedió un año antes, a efectos de calcular la renta agraria la cantidad de carne producida en 2021 disminuyó (4,2%), al tiempo que los precios subieron un 5,1%. Con estos datos, el valor generado por el sector avícola de carne se incrementó un 0,7% y se situó en 2.554,1 millones de euros, según el Ministerio de Agricultura.

La producción total de carne de aves (pollos, pavos, patos, etc.) ascendió en 2021 a 1,63 millones de toneladas, un 4,6% menos que en 2020, según la Encuesta de Sacrificio Ganadero que elabora el MAPA. 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.

Por regiones, la mayor producción de carne de aves se concentra en Andalucía (24%), seguida de Cataluña (21%), Galicia (13%) y Comunidad Valenciana (10%).

En España había en 2021 un total de 20.754 explotaciones avícolas (un 5,7% más que en 2020), de las que 7.700 son granjas de pollos.

El resto de las granjas están destinadas a la cría de pavos, perdices, palomas, codornices, patos, pintadas y ocas, entre otras aves. Estos datos dan una idea clara de la importancia que la producción de carne de pollo tiene en el sector avícola español.

Por regiones, el mayor número de granjas de pollos destinados a la producción de carne se encuentran en Cataluña, Castilla y León, Andalucía, Aragón, Galicia y Comunidad Valenciana.

Con respecto al comercio exterior, en 2021 se importaron 137.260 toneladas en total (Unión Europea y el resto de los países terceros), lo que supuso un ligero incremento respecto al año precedente. El valor de estas compras superó los 308 millones de euros.

Por su parte, se exportaron 242.200 toneladas de carne y despojos de aves, un 15% más que un año antes. El valor de estas ventas ascendió a 413.400

PRODUCCIONES DE CARNE DE AVES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN (Miles de toneladas)				
	2018	2019	2020	2021
MUNDO	108.500	112.000	115.000	116.000
UE	13.295	13.471	13.605	13.741
ESPAÑA	1.636,8	1.705,20	1.707,99	1.631,41

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

PRODUCCIONES DE CARNE DE POLLOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2018	2019	2020	2021
MUNDO	90.264	97.390	99.254	100.537
UE	11.036	10.894	10.857	10.735
ESPAÑA	1.346	1.412	1.401	1.331

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

PRODUCCIONES DE CARNE DE PAVO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
	2019	2020	2021	
MUNDO	5.800,0	5.900	6.000	
UE	1.855	1.916	1.790	
ESPAÑA	213	226	225	

PRODUCCIÓN DE CARNE DE AVES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)		
CCAA	2020	2021
ANDALUCÍA	437.372	406.189
ARAGÓN	1.686	1.752
BALEARES	246	264,5
C. VALENCIANA	198.682	162.919
CANARIAS	12.173	11.281
CASTILLA LA MANCHA	65.091	65.418
CASTILLA y LEÓN	126.635	130.191
CATALUÑA	354.957	350.176
EXTREMADURA	79.499	74.954
GALICIA	223.523	217.837
MADRID	52.415	49.977,3
NAVARRA	86.930	85.273,9
OTRAS COMUNIDADES	68.786	73.221,5
TOTAL	1.707.998	1.629.454



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

## AVES EN LA UE

Según los datos de la Comisión Europea, en 2021 se produjeron un total de 13,74 millones de toneladas de carne de aves en la Unión Europea (UE), un 2,7% menos que en 2020. De la producción total, un 82% correspondió a la carne de pollo; el 14% a la de pavo; el 3% a la de pato (el resto son otras carnes, como ganso, etc.).

Sólo 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 (19%), seguido de Francia (13%), España (12%), Alemania (12%), Italia (10%) y Países Bajos (7%).

De la producción total de carne de aves de la UE, 10,7 millones de toneladas fueron carne de pollo, un volumen inferior en un 1% al de 2020. 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 12,17 millones de toneladas en el año 2021, con un crecimiento moderado respecto al año precedente. Con estos datos, el nivel de autoconsumo fue del 113%.

Las exportaciones de carne de aves (pollo en su mayor parte) de la UE superaron en 2021 los 1,53 millones de toneladas, cifra muy inferior a la del año 2020. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países como Ucrania, Congo, Filipinas o Ghana.

En cuanto a las importaciones, en 2021 aumentaron hasta las 522.000 toneladas (11.000 toneladas más). Los países que más carne de aves suministraron a la UE fueron Brasil, Tailandia, Ucrania y China.

## CARNE DE AVES EN EL MUNDO

Respecto a la producción mundial de carne de aves, en 2021 se superaron los 116 millones de toneladas, un 1% más que el año anterior.

El grueso de la producción de carne de aves es el pollo, cuya producción mundial ascendió en 2021 a 100,5 millones de toneladas frente a los 99,3 millones de toneladas del año anterior, de acuerdo con la estimación de la oficina de agricultura de Estados Unidos (USDA).

Según el USDA, el país que más carne de pollo produjo en 2021 fue Estados Unidos (20,4 millones de

toneladas). Le siguió Brasil, con 14,7 millones de toneladas y China con 14,5 millones de toneladas. Estos tres países aumentaron su producción en 2021 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 rondaría en 2021 los 98 millones de toneladas, un volumen superior al del año anterior. En este caso, el país con un mayor consumo fue Estados Unidos (17 millones de toneladas estimados para 2021).

Con relación al comercio, los países que más carne de aves exportan son Brasil, Estados Unidos, la Unión Europea, Tailandia, Turquía y China. Por su parte, los países que más importaron en 2021 fueron Japón, México, China y el Reino Unido.

## CARNE DE PAVO

Tras la producción de carne de pollo, la segunda en importancia dentro del subsector de las aves es la de pavo. Desde el año 2007, el número de granjas dedicadas a la producción de carne de pavo no ha dejado de crecer en España, para satisfacer la creciente demanda de carne. Al comenzar el año 2021 había 1.850 granjas dedicadas a la producción de carne de pavo. El número de granjas representa más del 9% del total de las granjas de aves.

Por su lado, el censo de animales supera los 14 millones de animales, más del doble de los que había una década antes. Andalucía es la región con más pavos (32% de la cabaña), seguida Cataluña (24%) y de Galicia (23%).

En 2021, la producción nacional de carne de pavo se elevó por encima de las 225.000 toneladas, una producción similar a la del año precedente. Andalucía, Cataluña y la Comunidad Valenciana concentran la mayor producción de carne de pavo.

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 torno a 2014 empezó a incrementarse la exportación de carne de pavo, en consonancia con una mayor demanda, pero años después las ventas estaban muy estabilizadas. En 2019 las ventas se mantuvieron y en 2020 bajaron. Por su lado, en 2021 se exportaron 1.282 toneladas de carne de pavo y se importaron 2.668 toneladas. En ambos casos, las cifras de ese año fueron inferiores a las del anterior, especialmente en el caso de las compras.

En la UE, la cría de pavos tiene una mayor importancia económica y social que en España. Según datos de la Comisión Europea, un 14% de la producción de carne de aves comunitaria era pavo. En total, la producción comunitaria de carne de pavo superó en 2021 los 1,79 millones de toneladas, un 6,5% menos que un año antes.

El país con mayor producción de carne de pavo de la UE fue Alemania (441.000 toneladas), seguido de Polonia (363.000), Italia (298.000), Francia (295.000) y España.

A nivel mundial la producción de carne de pavo ronda los 6 millones de toneladas y el país que más produce es Estados Unidos, con cerca de 2,8 millones de toneladas. Le siguen la UE, Brasil (con cerca de 600.000 toneladas) y Canadá (que no llega a las 200.000 toneladas).

## PATO Y OTRAS AVES

Además del pollo y el pavo, en España hay también pequeñas producciones avícolas, que tienen su nicho de mercado. En concreto, existen 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 granjas por detrás de las de pollos, correspondió a la perdiz, que se cría especialmente para ser destinada a los cotos de caza.

Además de las granjas de perdices, y aunque es muy reducida su presencia, existen también explotaciones de cría de avestruces dedicadas tanto a la producción de huevos como de carne.

La producción anual de carne de avestruz no llega a 1.000 toneladas y los elevados precios de mercado de este producto imposibilitan su expansión.

En la UE, además del pollo y el pavo destaca la producción de pato, que aporta cerca del 3% del total de la carne e aves a nivel comunitario. En 2021 se produjeron en la UE 382.000 toneladas de este tipo de carne, 7.000 t. más que en el año anterior. Francia produjo 177.000 toneladas, Hungría (90.000 toneladas) y Polonia (57.000), según los datos de la Comisión Europea. España produjo unas 5.000 toneladas de carne de pato.

Además de las producciones de carne de pollo, pavo y pato, en la UE también hay otras producciones minoritarias de carne de ave (perdiz, codorniz, 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 minoritaria si la comparamos con el resto de las carnes.

A efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne de conejo se redujo en 2021 en volumen un 7,8%, mientras los precios medios subieron un 4,6%. Estos datos proceden de la estimación del Ministerio de Agricultura.

Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2021 el 0,29% y con respecto a la Producción Animal, el 0,80% (en ambos casos, por debajo de las cifras de 2020). El valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria se situó en 166,9 millones de euros (valores corrientes, a precios básicos).

La producción de carne fue 47.520 toneladas (un 7% menos que en 2020). La mayor producción está en Castilla y León (25%), seguida muy de cerca por Cataluña, Galicia y Castilla-La Mancha.

El número de granjas en 2021 era de 3.800, de las cuales solo unas 2.000 tenían carácter plenamente productivo. Con relación al año precedente, aumentó el número de las granjas productivas, pero disminuyó el total, 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.

Asimismo, el censo español de 2021 (cabezas con estado de alta) rondaba los 5,6 millones de animales (en el año anterior había 5,5 millones de animales).

Por lo que respecta al consumo de carne de conejo, en España lleva muchos años estancado, a pesar de las campañas de promoción que se han puesto en marcha tanto desde la Administración como desde el sector. En 2020 el consumo en los hogares aumentó debido a la pandemia, pero sin llegar a los niveles de 2018.

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.

Según los datos de Aduanas, en 2021 las exportaciones de carnes y animales vivos sumaron en total cerca de

### PRODUCCIÓN DE CARNE DE CONEJO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Toneladas)

CCAA	2020	2021
ANDALUCÍA	37	29,3
ARAGÓN	1.663	1.600,7
C. VALENCIANA	3.554	3.327,7
CANARIAS	148	136
CASTILLA LA MANCHA	3.862	3.575,6
CASTILLA y LEÓN	11.000	10.000
CATALUÑA	10.922	9.903
GALICIA	10.670	9.809
MURCIA	225	264
OTRAS COMUNIDADES	9.000	8.876
TOTAL	51.181	47.521

FUENTE: MAPA

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

	2018	2019	2020	2021
MUNDO	901,5	919,9	893,6	875
UE	143,6	143,5	149,2	146
ESPAÑA	55,8	52,14	51,18	47,52

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

9.640 toneladas, de las cuales 9.152 correspondieron a las carnes. Con respecto al año precedente, aumentaron tanto las ventas de animales vivos como las de carnes.

Respecto a las importaciones, ese mismo año se compraron 1.475 toneladas, entre carne y animales vivos. En este caso, la partida de animales vivos superó con mucho a la de las carnes (1.164 toneladas en vivo).

Casi el 95% de las exportaciones e importaciones de conejo se hacen con los países la Unión Europea, especialmente con Portugal (primer destino de las exportaciones) e Italia. Por su lado, las importaciones proceden principalmente de Portugal y de Francia.

### CARNE DE 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, sólo Francia, España e Italia aportan el 85% de toda la producción anual.

En 2021, la producción comunitaria de carne de conejo se acercó a las 146.000 toneladas, frente a las 149.000



toneladas de 2020. Francia es la primera potencia en producción de carne de conejo dentro de la UE, seguido muy de cerca por España e Italia. En otros países como Portugal o la República Checa las producciones son muy minoritarias y hay incluso dentro de la UE países que no tienen producción

A nivel mundial, la producción de carne de conejo también se redujo en 2021 y quedó en unas 875.000 toneladas.

## CARNE DE EQUINO

**E**n España hay también otras producciones ganaderas minoritarias que tienen su hueco entre los consumidores. Una de ellas es la carne de equino, que sin llegar a los niveles de hace décadas, sigue siendo demandada.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, a efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne de equino se redujo en cantidad en 2021 un 11,9%, pero los precios medios subieron un 1,8%. No obstante, el valor generado por este subsector descendió un 10,3% con respecto a un año antes, hasta llegar a alcanzar un valor de 70 millones de euros (valores a precios básicos), según el MAPA.

El censo de animales equinos ascendía en 2021 a 644.197 cabezas, de las cuales el 32% estaban en Andalucía y el 11% en Castilla y León. El número de explotaciones creció un 2% respecto al año anterior y se situó en 193.206 granjas. No obstante, las explotaciones dedicadas exclusivamente a la producción de carne eran menos de 16.000.

En 2021 se sacrificaron 33.073 animales (3.000 menos que en 2020) y la producción de carne se situó en cerca de 8.550 toneladas, un 11% menos. La región con mayor producción de carne de equino fue Navarra, con cerca de 3.337 toneladas en 2021. Le siguieron Aragón, Comunidad Valenciana y Castilla y León.

En cuanto al comercio exterior, en 2021 se redujeron las exportaciones y las importaciones. Así, se importaron 421,6 toneladas de carne y despojos de animales de la especie caballar y se exportaron 5.263,9 toneladas (casi 3.000 menos que un año antes). Además de

PRODUCCIÓN DE CARNE DE EQUINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)		
CCAA	2020	2021
ANDALUCÍA	70	192
ARAGÓN	2.186,8	2.313
ASTURIAS	350,5	303
C. VALENCIANA	1.278,7	1.207
CANTABRIA	157,8	127
CASTILLA y LEÓN	1.195,8	614
CATALUÑA	515,3	366
GALICIA	12,5	11
LA RIOJA	5,8	26
NAVARRA	3.789,7	3.337
OTRAS COMUNIDADES	38	46
TOTAL	9.601	8.543

FUENTE: MAPA

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 los 146.000 toneladas. ■

## CARACOLES

**C**omo sector ganadero, el helicícola tiene una historia reciente en cuanto a granjas dedicadas al engorde de caracoles. La prohibición de recolectar y dañar animales silvestres, así como la posesión, transporte y comercio de los mismos, que introdujo la Ley 42/2007, del Patrimonio Natural y de la Biodiver-

sidad, 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 del mismo, varía mucho entre

las distintas regiones de España, en función principalmente del consumo tradicional de cada zona.

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 los 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 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.

Actualmente en REGA constan un total de 629 granjas registradas, de las que el 37,5% está en Andalucía.

Por su lado, la Asociación Nacional de Cría y Engorde del Caracol (ANEC) estima que de las 629 granjas que figuran en REGA únicamente 293 se encuentran realmente activas.

En base a estos datos, Andalucía se mantiene como la primera comunidad autónoma en número de granjas de caracoles (con el 22% del total), aunque seguida muy de cerca por Cataluña (con el 18%).

En cuanto a la producción, se estima que podría estar en torno a las 500 toneladas anuales, de las que el 22% se producirían 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 estima que al año se consumen unas 15.000 toneladas de caracoles, mientras que en Francia el consumo anual supera las 50.000 toneladas.

El consumo de caracoles es una tradición muy arraigada en muchas zonas de España, pero especialmente en Cataluña, con la provincia de Lleida a la cabeza. 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.

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 porcentaje importante de lo que se consume. Así en 2021 según datos de Aduanas se importaron 11.747 toneladas y se exportaron sólo 45,8 toneladas, volúmenes muy similares a los de años anteriores.

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. En cuanto a las exportaciones, Francia, Italia y Portugal destacan como destinos principales. ■

# CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS

**E**l sector de la industria cárnica volvió a registrar un notable crecimiento en 2021, a pesar de la pandemia. La producción de carne de las principales cabañas aumentó y lo mismo sucedió con las exportaciones, sin llegar a los niveles de 2020.

La industria cárnica española ocupa con diferencia el primer lugar dentro de la industria agroalimentaria, con una facturación conjunta que supera los 31.700 millones de euros, el 28% de todo el sector agroalimentario, según datos de la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE). Además, 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 17,2% del PIB industrial y el 4,6% de la facturación de toda la industria española.

Entre todas las empresas del sector generan unos 105.000 puestos de trabajo, el 29% 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 2021 había en España 3.655 empresas 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. Esta cifra resultó inferior en un 2,3% a la que había un año antes.

El grueso de estas empresas es de pequeño y mediano tamaño, pero eso no ha impedido la creación y consolidación de grandes grupos empresariales, que en algunos casos son líderes a escala europea.

En el sector cárnico, la penetración de capitales internacionales no resulta, hasta ahora, muy significativa.

Durante 2021, la industria cárnica española siguió creciendo. La principal empresa del sector alcanzó una facturación de casi 2.300 millones de euros, una cifra superior a la de un año antes. Sus producciones van desde la carne de porcino, a los elaborados cárnicos, pasando por el jamón serrano o los platos preparados.

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR CÁRNIC

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Vall Companys Grupo (*)	2.300
Corporación Alimentaria Guissona, S.A. (Bonàrea) (*)	2.250
Campofrío Food Group, S.A. - Grupo *	2.183
Grupo Fuertes (*)	2.022
Elpozo Alimentación, S.A.	1.446
Cárnico Cinco Villas	530
Patel S.A	338
Procavi S.L	297
Cárnicas Frivall, S.L	268,1
Frimancha Industrias Cárnicas S.A.	104,6

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones.

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AVICULTURA Y CUNICULTURA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Vall Companys (*)	2.300
UVE, S.A. - Grupo UVESA*	464
Aviserrano S.L	470
Grupo Sada P.A., S.A	223,4
Cooperativas Orensanas, SCG (Coren) *	864
AN Avícola Mérida, S.L.	223,78
Grupo de Gestión Empresarial Avícola VMR,S.L	117,74
Pavo y Derivados, S,A (Grupo Padesa)*	375
Hijos de Juan Pujante	95,9
Hermi Gestión, S-L-Grupo Hermi	88,94

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones



La segunda empresa o grupo del sector registró una facturación de 2.250 millones de euros; la tercera de 2.183 millones de euros; la cuarta de 2.022 millones de euros y la quinta de 1.446 millones de euros. En todos los casos, las facturaciones fueron superiores a las del año precedente.

En el ranking de las 10 primeras empresas del sector, las otras cinco entidades tuvieron facturaciones entre los 530 y los 104 millones de euros.

## COMERCIO EXTERIOR

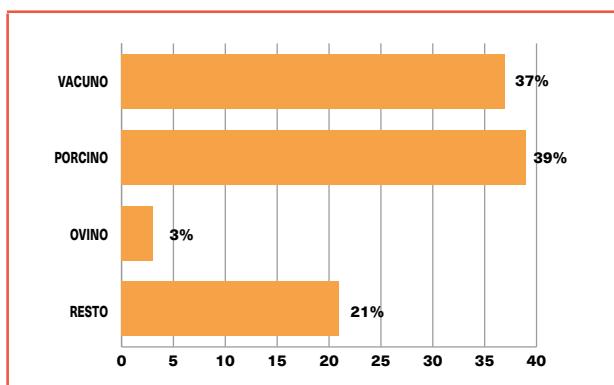
Con un complejo contexto nacional e internacional, la industria cárnica española siguió mejorando su presencia en el exterior en 2021, pues exportó más de 3,24 millones de toneladas de carnes y despojos, así como también 212.443 toneladas productos elaborados de todo tipo. El valor de estas exportaciones fue de 9.107 millones de euros, un 5% más que en el año anterior, según datos de ANICE. Con estos datos, la balanza comercial del sector tuvo un saldo muy positivo (712%).

En sólo tres décadas, la industria cárnica ha pasado de casi no hacer ventas exteriores, a convertirse en el primer sector exportador de la industria agroalimentaria española y también en una potencia en el mercado mundial de productos cárnicos.

### 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%



La demanda interna no puede absorber la producción, por lo que el comercio exterior constituye una estrategia 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.

### VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNES EN LA RED DE MERCAS 2022

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
MERCALGECIRAS	-	-
MERCALICANTE	1.866	6,8
MERCASTURIAS	-	-
MERCABADAJEZ	1.144	9,7
MERCABARNA	14.603	53,3
MERCABILBAO	-	-
MERCACORDOBA	258	0,9
MERCAGALICIA	-	-
MERCAGRANADA	-	-
MERCAIRUÑA	-	-
MERCAJEREZ	1.922	7,0
MERCALASPALMAS	3.640	13,3
MERCALEON	3.445	12,6
MERCAMADRID	637.573	2.626,1
MERCAMALAGA	40.786	148,9
MERCAMURCIA	14.785	44,4
MERCAOLID	16.705	61,0
MERCAPALMA	14.646	53,5
MERCASALAMANCA	-	-
MERCASANTANDER	-	-
MERCASEVILLA	37.095	135,5
MERCATENERIFE	-	-
MERCAVALENCIA	79.555	152,5
MERCAZARAGOZA	24.330	92,3
TOTAL RED	892.353	3.417,9

FUENTE: Mercasa.

**NUEVO**



# NaturArte

Descubre la nueva gama con **alto contenido cárnico**, elaborada a partir de piezas seleccionadas, con **asado y ahumado natural** en horno de leña



**LIBRE DE ALÉRGENOS\***

\*Sin alérgenos de obligada declaración según el Anexo II del Reglamento (CE) 1169/2011

Disponible en charcutería al corte y en finas lonchas colocadas a mano



## CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 2.071,0 millones de kilos de carne y productos cárnicos y gastaron 14.842,5 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 44,7 kilos de consumo y 320,6 euros de gasto. El consumo más notable se asocia a la carne fresca (32,0 kilos por persona) y, de manera concreta, al pollo (12,1 kilos per cápita) y al

cerdo (9,6 kilos por persona). En términos de gasto, la carne fresca concentra el 63,8% del gasto y resulta significativa la participación de la carne de cerdo (60,3 euros per cápita) y de pollo (55,2 euros).

La carne transformada (11,6 kilos y 110,3 euros por persona) resultó importante en el consumo de los hogares españoles durante el año 2021, mientras que la demanda de carne congelada (1,2 kilos y 5,7 euros de gasto por persona) tiene una repercusión menor. ■

CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS DE LOS HOGARES, 2021

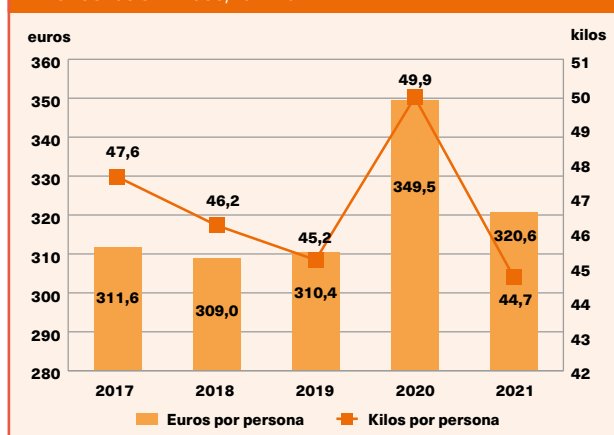
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL CARNE	2.071,0	44,7	14.842,5	320,6
CARNE FRESCA	1.480,5	32,0	9.471,9	204,6
CARNE VACUNO	219,8	4,7	2.192,6	47,4
CARNE POLLO	558,1	12,1	2.555,1	55,2
CARNE CONEJO	37,2	0,8	252,0	5,4
CARNE OVINO / CAPRINO	51,7	1,1	633,9	13,7
CARNE CERDO	446,3	9,6	2.791,9	60,3
CARNE DESPOJOS	35,1	0,8	187,9	4,1
OTRAS CARNES FRESCA	132,3	2,9	858,4	18,5
CARNE CONGELADA	54,9	1,2	262,5	5,7
CARNE TRANSFORMADA	535,6	11,6	5.108,1	110,3
CARNE TRANSFORMADA	572,7	12,4	5.361,7	116,0

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

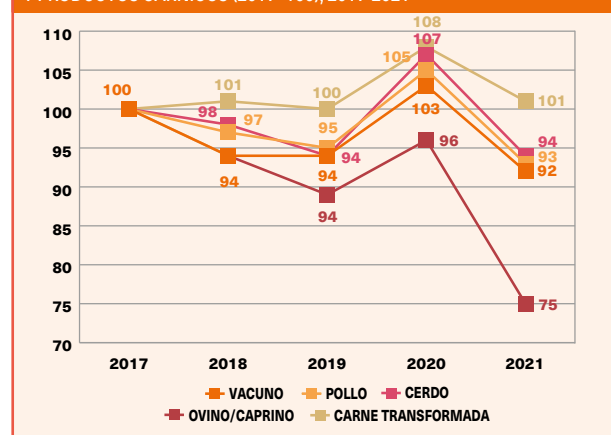
Durante los últimos cinco años, el consumo de carne se estaba reduciendo pero en el ejercicio 2020 se produce un repunte motivado por los efectos del COVID-19 (creció hasta 49,9 kilos por persona) que se ha ajustado a la baja en el año 2021 (44,7 kilos por persona) mientras que con el gasto sucede algo similar (llega a 349,5 euros en 2020 pero disminuye a 320,6 euros en 2021). En el periodo 2017-2021, 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 2017-2021 ha sido similar para todos los productos considerados con caídas hasta el año 2019, notable repunte durante el ejercicio 2020 y descenso en el año 2021. Respecto a la demanda de 2017, sólo el consumo de carne transformada es más elevado.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS, 2017-2021



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS (2017=100), 2017-2021



## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

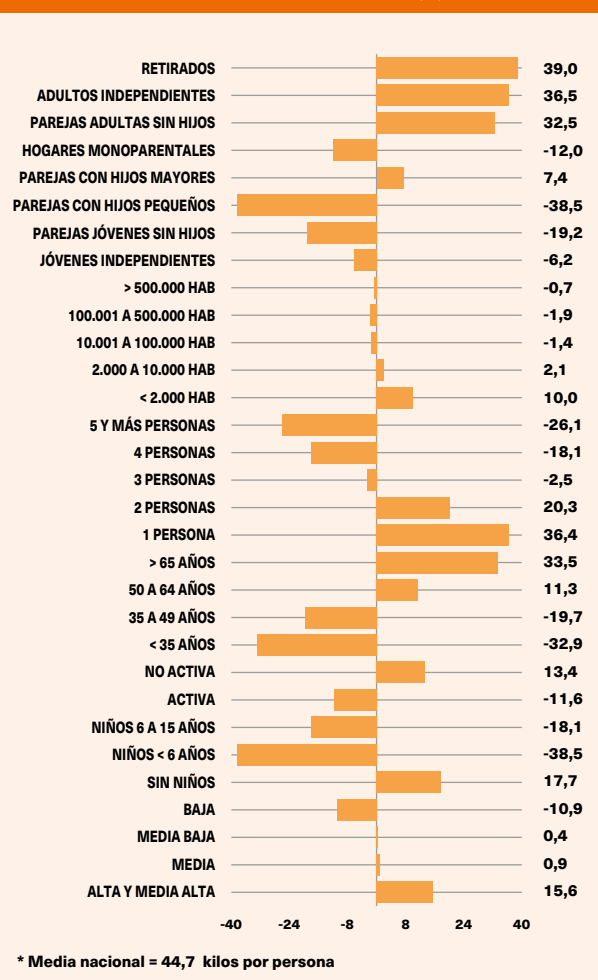
En términos per cápita, el consumo de carne durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- 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 cár-

nicos, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.

- Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de carne, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos urbanos (de 100.000 a 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio entre los retirados, los adultos independientes, las parejas adultas sin hijos y las parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, los jóvenes independientes y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Castilla y León, Aragón, País Vasco y Navarra cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Canarias y Extremadura.

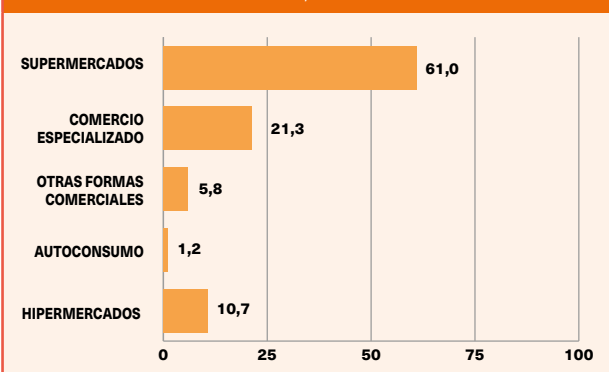
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CARNE EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



## CUOTA DE MERCADO

En cuanto a lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de carne a los supermercados (61,0% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 21,3% y el hipermercado llega al 10,7%. El autoconsumo de carne y productos cárnicos supone el 1,2% sobre el total, mientras que el resto de canales de compra concentran el 5,8% de la cuota de venta global. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021



## ELABORADOS CÁRNICOS

**E**l sector de los elaborados cárnicos salió reforzado de la crisis provocada por la pandemia en 2021, a pesar de los malos resultados en hostelería y restauración. El consumo en el hogar se incrementó con el confinamiento, especialmente en el caso de los loncheados y de las marcas de distribuidor (MDD).

La producción española de elaborados cárnicos en 2021 fue de 1,49 millones de toneladas. Este volumen, el más alto de los seis años previos, supuso un aumento del 1,5% sobre el año anterior, de acuerdo con los datos de ANICE.

De esa producción total, 307.000 toneladas fueron jamones y paletas curados (4.000 toneladas más que en el año 2020); 227.000 toneladas fueron embutidos curados; 180.000 d jamones y paletas cocidos; 457.000 toneladas de embutidos tratados por el calor; mientras que otras 200.000 toneladas fueron productos adobados y frescos y 118.500 de platos preparados (datos de ANICE).

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.

Todos los elaborados cárnicos registraron un aumento en el volumen producido en 2021. Especialmente importante fue un año más el incremento registrado en el sector de los platos preparados.

La importancia de los elaborados cárnicos en las ventas del librespervicio 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 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.

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 2021 un total de 155.000 toneladas, 1.000 más que en el año anterior, de las que el 38% eran loncheados.

La segunda empres líder del sector produjo 120.475 toneladas y destacó por sus loncheados y la tercera 115.000 toneladas. El resto de las empresas que conforman el grupo de las diez primeras en este sector terminó el año con facturaciones que fueron desde las 85.000 a las 25.000 toneladas.



Un año más, la línea más dinámica de todo el grupo de elaborados cárnicos fue la de los loncheados.

Las marcas de distribución (MDD) han alcanzado una gran importancia en la distribución y controlan el 53% del volumen comercializado de jamón curado en libre-servicio (hipermercados y supermercados), el 69% de chorizo, el 64% en salchichón; el 69% en jamón cocido; el 55,4% en panceta; el 65,4% en salchichas y el 79,5% en lomo embuchado, según los datos de la consultora IRI para 2021.

## COMERCIO EXTERIOR

De acuerdo con los datos de Comercio, las exportaciones españolas de los principales elaborados cárnicos llegaron en 2020 a 212.443 toneladas, un 6,5% más que en el año anterior. El valor de estas ventas fue de 1.280 millones de euros, un 12,6% más.

Atendiendo al volumen exportado, destaca la partida de embutidos curados, con 70.323 toneladas y un crecimiento del 2,8% con relación al año anterior. A continuación, se sitúan los jamones curados, con 47.535

toneladas, que sin embargo registraron una caída del 4%. Asimismo, las ventas al exterior de jamones y paletas cocidos sumaron 4.656 toneladas, un volumen inferior al del año precedente.

Las exportaciones de fiambres cocidos bajaron también y se situaron en 10.057 toneladas; las de jamones y paletas hasta las 3.041 toneladas y las de patés se dispararon y alcanzaron las 9.726 toneladas.

La mayor parte de este comercio exterior se dirige hacia otros países de la Unión Europea, especialmente hacia Francia, Alemania y Portugal. Entre los países terceros destacan Reino Unido, Estados Unidos y México. Asimismo, 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 39.600 toneladas (datos del año 2020).

Tanto en volumen como en valor, las importaciones de elaborados cárnicos tienen menos importancia que las

[chorizoespanol.es](http://chorizoespanol.es)



MIEMBROS:



exportaciones. Las principales partidas sumaron en 2020 un total 40.446 toneladas. En este caso, la principal partida importada fue la de fiambres cocidos (un tercio del total).

Alemania es el principal proveedor de elaborados cárnicos para el mercado español (casi un 29% del total en valor), seguido de Italia, Rumania, Francia, Dinamarca, Irlanda y Bélgica. Entre los países terceros, el primero fue Reino Unido, tras su salida de la UE. ■

## JAMÓN CURADO BLANCO

**E**l balance del año 2021 para el sector del jamón curado de cerdo blanco fue positivo por el aumento de la producción y el consumo. Así, según datos de ANICE, se produjeron 307.000 toneladas de jamones y paletas, un 1,3% más que el año anterior.

Las marcas de distribución (MDD) han ganado terreno en el mercado aumentando su cuota de mercado de año en año.

Durante los últimos tiempos, han crecido de manera muy destacada las ventas de jamón loncheado. En 2021, en libreservicio se vendieron 50.129 toneladas de jamones y paletas de cerdo blanco, un 4,9% menos que en el año anterior, según datos de la consultora IRI.

De este volumen total, casi el 42,2% correspondió a jamones y paletas loncheados, siendo la del jamón loncheado la partida más voluminosa de todas las ventas en libreservicio.

En valor, según las mismas fuentes, se alcanzó en 2021 un monto de 639 millones de euros, 23 millones menos que en el año precedente. Como en volumen, la mayor partida fue la del jamón blanco loncheado, cuyas ventas en libreservicio alcanzaron un valor de 364 millones de euros, según las estimaciones de IRI.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El grupo de empresas productoras y comercializadoras de jamones curados está formado por muchos pequeños y medianos operadores. Sin embargo, 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) alcanzó una producción de 30.558 toneladas, un volumen por debajo del alcanzado en 2020. La segunda se acercó a las 21.226 tone-

ladas y la tercera, a las 15.500 toneladas. Por debajo de estas producciones y hasta las 6.111 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 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 blanco.

En 2021, el valor de las ventas de jamón curado con hueso, deshuesado y paleta curada con hueso (tanto de cerdo de capa blanca como ibérico) ascendió a 410,8 millones de euros, cuando un año antes había llegado a 461,3 millones de euros, según los datos de Comercio.

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE JAMÓN CURADO BLANCO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Industrias C. Lorient Piqueras S.A (Incarlopsa)*	927
Noel Alimentaria, S.A*	413
Campofrío Food Group, S.A*	2.183
Grupo Vall Companys*	2.300
Jamones Arroyo, S.L Grupo*	28,25
EiPozo Alimentación, S.A.*	1.445,8
Jamones Volatín, S.L*	37
Grupo Cañigueral (Costa Brava Mediterranean Foods)*	1025
Argal Alimentación, S.A	227
Nico Jamones, S.L	31,22

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021 \*Incluye la facturación de otras producciones.

De las ventas totales, la mayor aportación fue la de jamón curado con hueso (107,6 millones de euros en 2021).

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, pues a partir de 2020 se abrió ese mercado para los productores españoles de jamón curado con hueso. ■

## JAMÓN IBÉRICO

El año 2021 estuvo marcado para el sector del porcino ibérico por la tímida recuperación de las ventas en el canal HORECA y la sobreoferta de los elaborados curados, especialmente de los productos de bellota.

Las ventas de ibéricos en libreservicio se elevaron a 16.267 toneladas (jamones y paletas de cerdo ibérico), un 14% más que en el año anterior, según datos de la consultora IRI.

De este volumen total, casi el 58% correspondió a paletas de ibérico en piezas; el 18,5% a jamón ibérico en pieza y el 17% a jamón ibérico loncheado.

Según los datos de IRI, el valor alcanzado por las ventas en libreservicio superaron los 341 millones de euros, muy por encima del año anterior. El valor de las ventas de piezas de jamón alcanzó los 119 millones de euros y las de jamón loncheado los 90,8 millones de euros.

Las marcas de distribución (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.

# Creadores de SABOR



**ESPIGA DE PLATA**  
al mejor  
Jamón Ibérico  
D.O. Dehesa  
de Extremadura  
**2021**

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

Síguenos en



COSTA FOOD

Dentro del grupo de las diez primeras empresas del subsector, la principal empresa registró unas ventas superiores a los 150 millones de euros en la sección de cerdo ibérico; la segunda facturó por encima de los 137 millones de euros y la tercera superó los 105 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.

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CARNES Y ELABORADOS DEL CERDO IBÉRICO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
ElPozo 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.

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 Y DERIVADOS DE LA CARNE

Se estima que el mercado español de productos de casquería y derivados de la carne ronda las 120.000 toneladas anuales, de las que el 60% está formado por menudencias elaboradas, el 25% por menudencias de cerdo, el 15% por menudencias de ternera y el 5% restante por las menudencias de cordero.

El valor total de este mercado se estima en torno a 1.260 millones de euros. Un factor importante que ha contribuido a la recuperación del consumo ha sido la presencia en España de importantes grupos de inmigrantes que tienen muy interiorizado el consumo de estos productos.

Además, estos alimentos han recuperado su prestigio, gracias a las campañas de promoción y a la utilización

de esta materia prima en algunos restaurantes de alta calidad.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

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 importantes en países como Rusia o China. ■

# LO QUE BUSCAS ESTÁ EN MERCASALAMANCA

*Referente de calidad*

  [mercasalamanca.com](https://www.mercasalamanca.com)

  
MERCASALAMANCA



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

### ANDALUCÍA

#### DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA \*\*/ \*

CORDERO SEGREÑO \*\*/ \*

### ARAGÓN

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA \*\*/ \*

TERNASCO DE ARAGÓN \*

#### MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

POLLOS

CARNE DE VACUNO

TERNASCO AHUMADO

CARNE DE CONEJO

### ASTURIAS

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

TERNERA ASTURIANA \*

### BALEARES

#### MARCAS DE GARANTÍA

ANYELL D'E

FET NOSTRO

CARNE DE CERDO (PMS)

CARNE DE CORDERO (MMS)

### CANTABRIA

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE CANTABRIA \*

### CASTILLA-LA MANCHA

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA \*\*/ \*

CORDERO SEGREÑO \*\*/ \*

CORDERO MANCHEGO \*

### CASTILLA Y LEÓN

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA \*\*/ \*

CARNE DE MORUCHA DE SALAMANCA \*



LECHAZO DE CASTILLA Y LEÓN \*

TERNERA DE ALISTE

#### DENOMINACIONES DE CALIDAD MARCA DE GARANTÍA

CARNE DE CERVERA Y DE LA MONTAÑA PALENTINA

COCHINILLO DE SEGOVIA

TERNERA CHARRA

### CATALUÑA

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

POLLASTRE Y CAPÓ DEL PRAT \*  
(POLLO Y CAPÓN DEL PRAT)

VEDELLA DELS PIRINEUS CATALANS \*  
(TERNERA DE LOS PIRINEOS CATALANES)

GALL DEL PENEDÉS \*

#### MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA "Q"

CAPÓN

CERDO

CONEJO

CORDERO

POLLO

TERNERA

### COMUNIDAD VALENCIANA

#### MARCAS DE CALIDAD

CARNE DE CORDERO GUIRRO

CARNE DE CONEJO

### EXTREMADURA

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

TERNERA DE EXTREMADURA \*

CARNE DE ÁVILA \*\*/ \*

CORDERO DE EXTREMADURA

### GALICIA

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CAPÓN DE VILALBA

TERNERA GALLEGA \*

VACA Y BUEY DE GALICIA\*\*\*\*

### LA RIOJA

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA \*\*/ \*

MARCAS COLECTIVAS

LA RIOJA, RESERVA DE LA BIOSFERA.

TERNOJA

### MADRID

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE LA SIERRA DE GUADARRAMA \*

### NAVARRA

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CORDERO DE NAVARRA \*

TERNERA DE NAVARRA \*

### PAÍS VASCO

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) \*

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

EUSKAL ESNE BILDOTSA  
(CORDERO LECHAL DEL PAÍS VASCO)

EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) \*

EUSKAL BASERRIKO OILASKOA  
(POLLO DE CASERÍO VASCO)

EUSKAL BASERRIKO TXERKIA (CERDO DE CASERÍO)

\* Denominación en tramitación / \*\* Denominación compartida con otras CC AA / \*\*\*\* 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, Añejo, Novilla y Buey.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador se han inscrito, 381 explotaciones ganaderas, 13.891 cabezas de ganado, de las que se sacrifican 1.347, también están inscritos 4 cebaderos, 4 mataderos y 6 salas de despiece. La comercialización de carne con IGP alcanza los 344.973 kilos de media al año.

## Carne de la Sierra de Guadarrama

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** Ampara la producción de carne de añejo y ternera procedente de vacas de la Sierra de Guadarrama (Madrid), repartida en las siguientes zonas de producción: Lozoya, Somosierra, Guadarrama, Colmenar Viejo/Campiña, San Martín de Valdeiglesias o Suroccidental.

**CARACTERÍSTICAS:** Se protegen las carnes de añejo de razas Avileña, Limusín, Charoles, y sus cruces con la estirpe autóctona Serrana. Los terneros deben ser destetados con un mínimo de 11 meses, destinados al sacrificio con un máximo de 17 meses y con un peso en canal de 180 a 250 kilos para las hembras y de 225 a 375 para los machos. El período mínimo de acabado en cebo intensivo es de 3 meses.

**DATOS BÁSICOS:** Hay inscritas 564 explotaciones ganaderas con 6.100 animales, 3 mataderos y 9 salas de despiece. Son 160 establecimientos autorizados a comercializar 1,7 millones de kilos de este tipo de carne anualmente.

## Cordero de Extremadura

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción y sacrificio coincide con la Comunidad Autónoma de Extremadura, región vinculada a la ganadería ovina y concretamente a la raza Merina.

**CARACTERÍSTICAS:** Los corderos destinados a certificación tienen un sistema de cría, manejo y alimentación tradicional de la zona y típico del ecosistema de la dehesa extremeña, todo ello controlado y trazado por su Consejo Regulador (trazabilidad). Los corderos se alimentan a base de leche materna en régimen extensivo hasta llegar a un peso aproximado de 15 kilos, posteriormente son alimentados con concentrados autorizados hasta que alcanzan el peso óptimo, siempre siendo su edad de sacrificio menor de 100 días. Los pesos de las canales van de 9 a 16 kilos. La carne se caracteriza por tener un color rosado y un moderado nivel de infiltración de grasa. La grasa es de color blanco y consistencia firme y le proporciona a la carne una textura, 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.



## Cordero Segureño

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona geográfica definida para la IGP se sitúa en la confluencia de las provincias de Albacete, Almería, Granada, Jaén y Murcia, encuadrando dentro las denominadas Cordilleras Béticas Orientales. Se caracteriza por tener

una altitud mínima de 500 metros, siendo a su vez dicha altitud el elemento delimitador de la zona ya que condiciona, de manera definitiva, las características agroclimáticas y, en consecuencia, el sistema de producción.

**CARACTERÍSTICAS:** De los corderos segureños se han obtenido tradicionalmente canales de un peso comprendido entre los 9 y los 13 Kg., muy bien conformadas cuya carne posee un color rosa pálido o rosa con un nivel de engrasamiento de cobertura e infiltración óptimo, lo que le confiere una gran jugosidad y terneza a la carne.

**DATOS BÁSICOS:** En la IGP se comercializaron una media anual de unos 18.105 corderos certificados.

## Carne de Vacuno del País Vasco

(Euskal Okela)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción, así como la de elaboración, comprende todo el ámbito geográfico de la Comunidad Autónoma Vasca. Las razas autorizadas para la producción de Carne de Vacuno del País Vasco o Euskal Okela son: Pirenaica, Pardo Alpina, Limusín, Blanca y sus cruces.

**CARACTERÍSTICAS:** Los animales son criados de modo tradicional, incidiendo en las condiciones que afectan a su salud y bienestar, y cuidando de un modo especial la alimentación que reciben. La alimentación se basa en los recursos forrajeros naturales (hierba fresca, hierba seca, heno y paja) y, en su caso, en los piensos complementarios autorizados. Las canales autorizadas por la Indicación son los de ternera, carne de animales de edades comprendidas entre los 8 y 20 meses y peso mínimo de 210 kilos para los machos y 160 kilos para las hembras; el vacuno mayor, carne de animales de edades comprendidas entre 21 y 84 meses y peso mínimo de 275 kilos. Y el buey, carne de animales machos castrados de edades comprendidas entre los 21 y 59 meses y peso mínimo de 275 kilos.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritas 1.439 ganaderías y se sacrifican al año más de 13.500 cabezas de ganado. Las 11 industrias registradas comercializan cada año 4,2 millones de kilos de carne con IGP.



## Cordero de Navarra

(Nafarroako Arkumea)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Indicación Geográfica Protegida acoge a los corderos procedentes de las razas Navarra y Lacha en pureza, comercializados como carne fresca. La zona de producción abarca toda la superficie de Navarra.

**CARACTERÍSTICAS:** Los corderos amparados por la IGP procederán de ovejas que 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.

## Gall del Penedès

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona geográfica de producción de la IGP, corresponde al ámbito histórico del Penedès, 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 succulentos.

**DATOS BÁSICOS:** En el consejo regulador están inscritas 5 explotaciones que sacrifican anualmente unos 4.600 animales con destino a la IGP, que suponen unos 12.000 kilos de carne de la IGP Gall del Penedès

## Cordero Manchego

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:**

La IGP ampara la producción de carne de cordero en la región natural de La Mancha, en 400 municipios, con

una superficie de unos 34.000 km<sup>2</sup> repartidos entre Ciudad Real, Cuenca, Toledo y Albacete.

**CARACTERÍSTICAS:** Carne de corderos que proceden exclusivamente de la raza Manchega, criados con leche materna durante sus primeros 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 273 ganaderías de cría, con un total de 235.348 ovejas, 7 explotaciones de cebo, 4 centros de sacrificio, 9 operadores comerciales y 2 salas de despiece. En 2021 se comercializaron 25.048 canales de cordero Manchego, lo que supone un peso de 322.620 Kg.

## Lechazo de Castilla y León

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de ovino cuyas canales se consideran aptas comprende 2 comarcas de Ávila, 8 de Burgos, 6 de León, 4 de Palencia, 6 de Salamanca, 3 de Segovia, 5 de Soria, 4 de Valladolid y 5 de Zamora.

**CARACTERÍSTICAS:** El tipo de ganado procede exclusivamente de las razas Churra, Castellana y Ojalada y sus cruces. La IGP ampara a los corderos machos y hembras. El peso vivo al sacrificio en el matadero puede oscilar entre los 9 y los 12 kilos, la edad máxima de sacrificio está fijada en 35 días y la alimentación de los lechazos ha de ser en su totalidad con leche materna. El peso canal puede oscilar entre los 4,5 y los 8 kilos.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están registradas 422 ganaderías, 20 mataderos y 52 operadores comerciales. La comercialización anual de carne protegida por la Indicación Geográfica Protegida asciende a unos 726.000 kilos.

## 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 6.126 explotaciones, 88.532 vacas madre, 9 mataderos, 22 salas de despiece y 266 carnicerías autorizadas. La comercialización media anual supera los 6,8 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:** Las ganaderías inscritas en el Consejo Regulador comercializan anualmente una media de 160.000 kilos de carne de ternera amparada por 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



# MERCAMURCIA

## El Centro de **Distribución Logística Agroalimentaria** referente del sureste español



Complejo **Cárnico**



Mercado de **Frutas y Hortalizas**



Mercado de **Pescado**



Mercado de **Flores y Plantas**



Zona de **Actividades Complementarias**



Y mucho más...



[mercamurcia.es](http://mercamurcia.es)



@mercamurciainfo



/mercamurcia



/mercamurcia



@mercamurcia

## 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 7 empresas elaboradoras y comercializadoras con una producción anual media de 248.000 jamones con I.G.P. Jamón de Trevélez.



## Jamón Serrano

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción y elaboración del jamón serrano se extiende a todo el territorio nacional. El producto deberá obtenerse de cerdos sanos que hayan sido sacrificados cumpliendo todos los requisitos higiénico-sanitarios exigidos por la legislación vigente.

**CARACTERÍSTICAS:** El proceso de elaboración que incluye las fases de salazón, lavado, reposo, secado y maduración no podrá ser en ningún caso inferior a siete meses desde la introducción de la pieza en sal. El jamón serrano presenta una grasa brillante, untuosa, de coloración entre blanca y amarillenta, aromática y de grato sabor. De color rosa a rojo púrpura, sabor delicado y poco salado, aroma agradable, textura homogénea, poco fibrosa y sin pastosidad. El jamón se presenta comercialmente en corte en V con pata o sin pata, corte redondo con pata y sin pata y deshuesado con piel, corte en V o sin piel y desgrasado.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador del jamón serrano español están inscritas 120 empresas de comercialización. Anualmente se comercializan 3 millones de piezas con la etiqueta garantizada en sus tres gamas de curación: Gran Reserva (más de 15 meses), Reserva (mínimo 12 meses) y los Loncheados (mínimo 10 meses).

## Los Pedroches

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción para la cría y engorde de los cerdos protegidos por la Denominación de Origen

Protegida Los Pedroches comprende las dehesas arboladas de 32 municipios de la comarca de Los Pedroches, al norte de la provincia de Córdoba.

**CARACTERÍSTICAS:** Los jamones y paletas proceden únicamente de cerdos de raza Ibérica pura, o cruzados con Duroc, Duroc-Jersey y 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.

*"No hay una sola enfermedad en la que el médico, si no está inficionado de pedantería, pueda prohibir el jamón con fundamento (...) su eficacia nutritiva y la levedad con la que se digiere lo convierten, casi, en una bienhechora medicina"*

*-Gregorio Marañón, médico y humanista español, 1887-1960*



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE EMBUTIDOS, SALAZONES Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS

### ARAGÓN

#### MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

CECINA  
 CHORIZO  
 CONSERVA DE CERDO EN ACEITE  
 LOMO EMBUCHADO  
 LONGANIZA DE ARAGÓN  
 MORCILLA DE ARAGÓN  
 PALETA CURADA

### ASTURIAS

#### INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

CHOSCO DE TINEO \*

### BALEARES

#### INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

SOBRASSADA DE MALLORCA \*

### CANTABRIA

#### MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

EMBUTIDOS CRUDOS CURADOS DERIVADOS DE ESPECIES CINEGÉTICAS

### CASTILLA Y LEÓN

#### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

BOTILLO DEL BIERZO \*  
 CECINA DE LEÓN \*  
 CHORIZO DE CANTIMPALOS

#### MARCAS DE GARANTÍA

CECINA DE VILLARRAMIEL  
 CECINA DE CHIVO DE VEGACERVERA  
 CHORIZO ZAMORANO  
 CHORIZO DE LEÓN  
 IBÉRICOS DE SALAMANCA  
 FARINATO DE CIUDAD RODRIGO  
 TORREZNO DE SORIA

### CATALUÑA

#### INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

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 8 empresas que elaboran y comercializan 275.904 kilos de Botillo del Bierzo.



## Cecina de León

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** El ámbito geográfico protegido por la IGP incluye todos los municipios de la provincia de León. La altitud media es superior a 700 metros, con un clima continental extremo que es excepcional para la elaboración artesanal de la cecina.

**CARACTERÍSTICAS:** La cecina procede del despiece de los cuartos traseros del ganado vacuno mayor, preferentemente de razas autóctonas de Castilla y León. La materia prima se sala y, tras el lavado y asentamiento de las piezas, se ahuma con leña de roble o encina, todo ello hasta completar un proceso que debe durar un mínimo de 7 meses a partir de la fecha de salado. Las piezas tienen un peso que oscila entre los tres y los cinco kilos.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritas 21 empresas que producen al año unas 125.000 piezas de tapa, contra, babilla y cadera, y comercializan algo más de 93.000 piezas con IGP.

## Chosco de Tineo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de elaboración de este embutido se extiende a los municipios de Tineo, Allende, Belmonte de Miranda, Cangas de Narcea, Salas, Somiedo, Valdés y Villalón en el occidente y suroccidente del Principado de Asturias.

**CARACTERÍSTICAS:** El producto amparado por la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Chosco de Tineo es un embutido crudo-curado y ahumado en ciego de cerdo. Los ingredientes que se emplean en su elaboración son: 80% como mínimo de cabecera de lomo y 15% como mínimo de lengua, sal, pimentón y ajo. La tripa que se utiliza como cobertura del chosco es el ciego del cerdo, de ahí su forma redondeada e irregular. Su color característico es el rojizo, más o menos intenso según la carne utilizada y la concentración de pimentón. Su sabor es agridulce con un suave toque ahumado. Los choscos pueden comercializarse en piezas enteras, crudos o cocidos, y también en trozos o loncheados.

**DATOS BÁSICOS:** Al ser muy reciente la puesta en marcha de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de industrias elaboradoras y cantidad de producto comercializado, aunque en la actualidad hay 8 industrias cárnicas, que elaboran Chosco de Tineo y venden su producción en Asturias, que podrían recibir autorización para comercializar el producto con la IGP.

## Chorizo de Cantimpalos

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de elaboración de este embutido comprende 64 municipios de la provincia de Segovia, que se extienden por un territorio

geográfico que abarca desde la Sierra de Guadarrama a Carbonero y de Riaza a Villacastín con una superficie de 2.268 kilómetros, con el municipio de Cantimpalos como núcleo principal de producción.

**CARACTERÍSTICAS:** El producto amparado por la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Chorizo de Cantimpalos es un embutido elaborado con carne de cerdo alimentado básicamente con cebada y cuya área de producción se sitúa a unos 1.000 metros de altitud, lo que constituye un medio excepcional para la curación natural del chorizo, proporcionándole su aroma y sabor característicos. Su composición comprende un 70% de magro de cerdo, un 26% de tocino, 2% de sal, 2% de pimentón, ajo y orégano. Este chorizo, que se consume crudo, frito o cocido, se presenta en tres formatos: sarta o herradura, de calibre fino y con un peso de 400 gramos; achorizado, en ristra de cinco piezas atadas de unos 700 gramos, y cular, embutido en tripa natural y de 1,2 kilos de peso medio.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritas 6 granjas, 4 salas de despiece, 4 mataderos y 19 empresas cárnicas, que comercializan 1,5 millones de kilos de chorizos al año con IGP.



## Chorizo Riojano

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción y elaboración del chorizo riojano se centra en toda la comunidad autónoma de La Rioja.

**CARACTERÍSTICAS:** De forma sarta o herradura, con un diámetro de 30-40 milímetros y un peso mínimo de 200 gramos, es uno de los alimentos más típicos de La Rioja, este chorizo es de consistencia firme y compacta, presenta un aroma equilibrado e intenso en el que domina el pimentón y las notas de ajo, con una textura agradable al paladar y un sabor intenso, persistente y picante en ocasiones. Las técnicas tradicionales de elaboración se plasman ahora en una industria cárnica que conjuga estos conocimientos heredados generación tras generación con las más modernas tecnologías.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están registradas 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



Consejo Regulador I.G.P.  
**SOBRASADA DE MALLORCA**

**ZONA GEOGRÁFICA:** El área de producción y elaboración de la IGP comprende todas las comarcas de la isla de Mallorca, en el archipiélago balear.

**CARACTERÍSTICAS:** Características: Para su elaboración se utilizan carnes picadas (magro y tocino) de cerdo que se aderezan con pimentón, sal y especias, se embuten y se dejan curar lentamente hasta adquirir un bouquet único. Se elabora por empresas ubicadas en Mallorca y que están inscritas en los registros de la IGP Sobrasada de Mallorca. La sobrasada de Mallorca adquiere unas características que la diferencian de las sobrasadas sin el distintivo de calidad. Al término de su curación la superficie del embutido es de color rojo oscuro, lisa o ligeramente rugosa, con ausencia de enmohecimiento o enmohecimiento blanquecino y la pasta es blanda, inelástica, adherente, cohesionada, untuosa, poco fibrosa y de aspecto rojo marmóreo. Sabor y aroma característico, con clara percepción de la presencia del pimentón.

Atendiendo a la raza de cerdo se distinguen dos tipos de sobrasadas; la Sobrasada de Mallorca y la Sobrasada de Mallorca de cerdo negro, elaborada a partir de una raza autóctona mallorquina.

**DATOS BÁSICOS:** En el registro de elaboradores del Consejo Regulador figuran 19 empresas elaboradoras de las cuales las 19 elaboran Sobrasada de Mallorca y 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 500.000 piezas que representan aproximadamente de 200.000 kg de Salchichón de Vic. El 70% 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 2021 el 4,9% de la Producción Final Ganadera y el 1,8% de la Producción Final 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 6,4% (el año anterior experimentó una de las mayores subidas de todas las producciones ganaderas), mientras que los precios subieron un 3,4%.

En 2021, el valor generado por este sector a efectos de calcular la renta agraria se cifró en 1.034,9 millones de euros expresados en valores corrientes. El valor de ese año resultó inferior al del precedente en un 3,2%.

El censo de gallinas ponedoras en 2021 ascendía a 47,1 millones (el 12,5% del total en la UE) y el sector estaba en pleno proceso de transformación para reconverter 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 eliminar progresivamente el uso de jaulas, como parte de su estrategia "De la Granja a la Mesa". Del censo total, el 73,2% eran gallinas criadas

en jaula; el 16% en suelo; el 9,1% camperas y el 1,6% ecológicas.

Además, el censo de ponedoras en sistemas alternativos aumentó un 19% respecto a 2020 y se incrementaron en un 12% las granjas alternativas también.

El número de granjas dedicadas a la producción de huevos de gallina se incrementó en 2021. Según los datos del MAPA, había un total de 1.821, muy por encima del año anterior.

La comunidad con el mayor censo de gallinas ponedoras en 2021 fue Castilla-La Mancha, con el 24,32% del total. Le siguieron Castilla y León (16,4%), Aragón (14,3%) y Comunidad Valenciana (9%).

La producción de huevos de gallina (comercialización y autoconsumo) superó los 1.153 millones de docenas, según los datos del Ministerio de Agricultura. Castilla-La Mancha encabezó la producción de huevos, con el 25% del total, seguida de Castilla y León con el 16% y Aragón con el 14,5%. Otras regiones con gran producción de huevos son la Comunidad Valenciana, Cataluña y Andalucía.

## COMERCIO EXTERIOR

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 2021 además, las ventas aumentaron un 1,5%, mientras que las compras cayeron un 23,3%.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE HUEVOS (Miles de toneladas)			
PRODUCTO	2019	2020	2021
HUEVOS DE GALLINA	833	918	870
OTROS HUEVOS	0,1	0,1	0,1
TOTAL	833,1	918	870,1

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE HUEVOS (INCUBAR Y CONSUMO) EN LA UE (Miles de toneladas)		
PAÍS	2020	2021
ALEMANIA	967	977
AUSTRIA	134,2	136,2
BÉLGICA/LUXEMBURGO	190,5	192,5
BULGARIA	94	94
CHIPRE	10,2	11
CROACIA	66,9	69,8
DINAMARCA	97	99,7
ESLOVAQUIA	71	71
ESLOVENIA	35	35,4
ESPAÑA	918	870
ESTONIA	9,8	9,8
FINLANDIA	76	77,7
FRANCIA	979	1005
GRECIA	110	101
HOLANDA	703	703
HUNGRÍA	135	140,4
IRLANDA	74,8	87,7
ITALIA	806	806
LETONIA	42,2	42,2
LITUANIA	51	51
MALTA	7,1	7,1
POLONIA	662	604
PORTUGAL	139,3	133
REPÚBLICA CHECA	177	179
RUMANIA	346	370
SUECIA	168	168
TOTALES	7.070	7.041,7

FUENTE: Comisión Europea

Según datos del Departamento de Aduanas, las exportaciones totales de huevos con y sin cáscara a países de la UE y extracomunitarias alcanzaron las 168.102 toneladas, al tiempo que las importaciones sumaban 43.092 toneladas. De las exportaciones totales, aproximadamente el 79% va a la Unión Europea. Por destinos, el país que recibió la mayor parte de los huevos españoles exportados fue Francia, seguida de Italia, Países Bajos y Portugal.

Dentro de las exportaciones comunitarias, el 63% correspondió a huevos de consumo y el resto fueron huevos para incubar, yemas, huevos sin cáscara y etc.

Respecto a países extracomunitarios, los principales destinos fueron Mauritania (que creció un 54,72% respecto a 2020), Reino Unido, Israel y Arabia Saudita. Destaca también el aumento de las exportaciones a Guinea Ecuatorial, por su crecimiento del orden del 64,3%.

## HUEVOS DE OTRAS PONEDORAS

Aunque en la alimentación humana se utilizan huevos de diferentes especies, los más consumidos son los de gallina y, en mucha menor medida, los de codorniz.

Dentro del sector de los huevos de ave para consumo humano también habría que incluir una pequeña producción de huevos de avestruz, así como también los huevos de pata.

Según las estimaciones del Ministerio de Agricultura, a comienzos de 2021 se producían en España unas 16.550 docenas de huevos de oca, así como también 17.300 docenas de huevos de pata y 160 docenas de huevos de pava.

Por regiones, la producción intensiva de huevos de gallina se concentra en Castilla-La Mancha, Castilla y León, Aragón y Cataluña, mientras que la producción de huevos de gallinas camperas está fuertemente asentada en Galicia, Castilla y León y Andalucía.

Asimismo, la producción de huevos de pavas predomina en Andalucía y en Galicia y la de huevos de pata, también en Galicia, Cantabria y Extremadura.

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 comunitaria, supone cerca del 2,5% de la Producción Final Agraria y el 5,8% de la Producción Final Ganadera. El valor generado por esta producción ronda los 8.100 millones de euros anuales.

En la UE, la producción de huevos de gallina para consumo humano en 2021 se elevó hasta los 6,46 millones de toneladas, un 0,5% más que en el año anterior. Si se tienen en cuenta también los huevos destinados a incubación, la producción comunitaria se elevó a 7 millones de toneladas.

Por países, los tres que lideraron el ranking de producción en 2021 fueron Francia (14,3% del total), Alemania (13,9%) y España (12,4%). En estos porcentajes están incluidos tanto los huevos para consumo, como los destinados a incubar, según los datos de la Comisión Europea. Por detrás de estos tres países se situaron Italia con el 11,4%, Países Bajos con el 10% y Polonia con el 8,6%.

Asimismo, en 2021 el censo de gallinas ponedora de la UE rondaba los 375,9 millones de aves, casi 4 millones más que en el año precedente. Alemania fue el país con mayor censo de gallinas (más de 58 millones de animales), seguida de Polonia (51,2 millones) y de Francia (48,2 millones). Por su lado, España se situaba en cuarto lugar por censo de gallinas (47 millones, según estimaciones de la Comisión Europea) e Italia en el quinto (40,5 millones).

Del censo total de la UE, un 44,9% eran gallinas en jaulas, un porcentaje muy inferior al de 2020 pues este tipo de crianza va disminuyendo gradualmente de año en año. El resto de las gallinas (55,1%) eran gallinas criadas con métodos alternativos y un 6,6% de ese porcentaje eran gallinas ecológicas.

El consumo de huevos estimado en la Unión Europea quedó en 2021 en 6,34 millones de toneladas, un nivel superior al del año precedente pero inferior a la producción anual.

## 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.

Las importaciones de la UE en el año 2021 quedaron en 18.954 toneladas (equivalente huevo-cáscara y sin incluir los datos de los huevos para incubar), un 26% menos que en el año anterior. Principalmente, las importaciones de

huevos de la UE procedieron de Ucrania (43,3%). Estados Unidos (18%), Noruega (6,5%) y Albania (1,7%).

Por su lado, desde la UE se exportaron 284.149 toneladas equivalente huevo-cáscara (sin incluir tampoco

### PRODUCCIÓN DE HUEVOS DE GALLINA PARA CONSUMO EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA

PRODUCTO	2019	2020	2021
HUEVOS DE GALLINA	84.363	86.667	86.700
OTROS HUEVOS	6.362	6.429	6.462,6
TOTAL	833	860	870

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

### PRODUCCIÓN TOTAL DE HUEVOS EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2017	2018	2019	2020
MUNDO	78.868	80.659	83.484	84.000
UE	6.789	6.944	6.362	7.001
ESPAÑA	762	847	833	918

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

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

PRODUCTO	2019	2020	2021*
ANDALUCÍA	56.115	53.588	53.526,8
ARAGÓN	155.591	172.008	171.811,6
ASTURIAS	3.364	2.198	2.195,5
BALEARES	6.534	8.568	8.558,2
C. VALENCIANA	111.653	116.288	116.155,2
CANARIAS	29.753	30.806	30.770,8
CANTABRIA	1.574	2.002	1.999,7
CASTILLA Y LEÓN	174.846	196.054	195.830,2
CASTILLA-LA MANCHA	270.603	290.322	289.990,6
CATALUÑA	95.791	91.508	91.403,5
EXTREMADURA	31.730	30.128	30.093,6
GALICIA	40.132	47.561	47.506,76
LA RIOJA	3.723	3.663	3.658,8
MADRID	16.307	20.970	20.946,1
MURCIA	30.871	32.603	32.565,8
NAVARRA	28.455	27.980	27.948,1
PAÍS VASCO	31.085	28.296	28.263,7
ESPAÑA	1.088.127	1.154.544	1.153.226

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)
2019	47.692	1.088.127	285,1
2020	47.129	1.154.544	275,3
2021	47.069	1.153.226	294

FUENTE: MAPA



huevos para incubar), lo que supuso un aumento del 14% respecto al año precedente. Los principales destinos de las exportaciones europeas de huevos fueron Japón (27,6%), Suiza (14%) y Singapur (4,2%).

En estos datos no están incluidos los intercambios con el Reino Unido, que se contarían como un país tercero.

## HUEVOS

Como muchos otros sectores industriales, el del huevo mejoró su situación en 2021, tras el negativo año precedente en el que la reducción del consumo en el canal HORECA. La demanda doméstica, que había crecido con la pandemia, disminuyó en 2021.

En cuanto a la producción, los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el INE, estiman la producción de huevos en el año 2021 en 132.738 toneladas, por un valor de 187,2 millones de euros. En relación con el año anterior, se produjo una caída en volumen del 8,3% y un aumento del valor del 29%

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 1.460 granjas de producción que había en 2021, con cerca de 47,07 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.

Tanto por su producción de huevos como por su facturación, la primera empresa de este sector es valenciana y su facturación quedó en 186 millones de euros. La producción descendió sensiblemente, hasta los 122 millones de docenas.

La segunda empresa en el ranking de las diez primeras tuvo una producción anual de 75 millones de docenas (similar a la del año precedente) y su facturación fue de 87 millones de euros.

Finalmente, la producción mundial de huevos creció ligeramente en 2021, superando los 86 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. ■

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HUEVOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Huevos Guillen, S.L. - Grupo	186,1
Grupo DAGU-OUS ROIG	87
Granja Bailón S.L	80
Camar Agroalimentaria, S.L. - Grupo	75,1
Granja San Miguel,GRUPO.	65
Corp. Alimentaria Guissona, S.A (Sector huevos)	41
S.A.T Granja Virgen del Rosario, S.L.	38,5
Marcopolo Comercio S.L	33,7
Avícola Llombay, S.A.	33,4
Interovo Avícola Huesca, S.L	29,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones.



Por su lado, el tercer grupo contó con una producción de 70,7 millones de docenas y la facturación superó ligeramente los 80 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 ASEPRHU (Asociación Española de Productores de Huevos), INOVO (Asociación Española de Industrias de Ovoproductos) y FEDEROVO (Federación Española de Empresas del Sector de la Producción de Huevos y Ovoproductos). Todas ellas forman parte de la organización Interprofesional del Huevo y sus Productos (INPROVO), junto a representantes de los productores. ■

## OVOPRODUCTOS

Los ovoproductos no son sucedáneos del huevo, sino derivados que se obtienen tras procesar los huevos, para eliminar cualquier riesgo sanitario, alargar la vida útil y/o facilitar el manejo del huevo en industrias alimentarias, restauración y usos profesionales.

Muchas veces los ovoproductos 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 Ovoproductos (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 ovoproductos las industrias alimentarias autorizadas oficialmente para transformar huevos. Éstas están registradas en cada país (en España, la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición –AECOSAN– es la entidad encargada del registro nacional de industrias alimentarias) y a todas se les asigna un número identificativo. Su control corresponde a las autoridades de sanidad de las comunidades autónomas.

La materia prima para fabricación de ovoproductos son huevos de categoría A o B, en perfectas condiciones. Los procesos básicos para la elaboración de ovoproductos suelen pasar por la obtención de huevo líquido,

que luego se pasteuriza (bien entero, o por separado clara o yema), y se puede desecar después para hacer huevo en polvo. Otro procesado habitual es la inmersión del huevo entero en agua caliente para obtener huevo cocido, que se vende pelado o sin pelar.

Los ovoproductos 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 ovoproductos. La mayor parte de los operadores de este sector son filiales de compañías multinacionales y algunos de los grandes grupos españoles productores de huevos.

El sector de ovoproductos alcanza una producción conjunta que se acerca a las 130.000 toneladas, a las que hay que añadir otras 10.000 toneladas de huevos cocidos, en polvo y otros.

En INOVO, que nació como asociación en 2004, hay asociadas algo menos de una decena de empresas

### 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)



dedicadas 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 subieron en 2021 tanto en volumen y como en valor.

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 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 84 millones de euros, por debajo del nivel alcanzado en el año precedente, y los destinos principales fueron Francia (32,5%), Países Bajos (13,3%), Mauritania (12,9%) y Alemania (7,1%).

Por su parte, el valor de las importaciones aumentó hasta los 5,5 millones de euros, siendo los principa-



les lugares de procedencia Francia (38,9% del total), Estados Unidos (36%) y México (15,2%).

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 2021, los hogares españoles consumieron un total de 6.459,7 millones de unidades de huevos y gastaron 986,1 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a unas 139,5 unidades de consumo y 21,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los huevos de gallina (unas 136 unidades por persona y año), de los que 8,2 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 98,6% del gasto, con un total de 21,0 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 1,4% y un total de 30 céntimos de euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN HUEVOS DE LOS HOGARES, 2021				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones unidades)	PER CAPITA (Unidades)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL HUEVOS	6.459,7	139,5	986,1	21,3
HUEVOS GALLINA	6.294,5	136,0	972,8	21,0
HUEVOS GALLINA ECOLÓGICOS	377,9	8,2	96,4	2,1
HUEVOS OTRAS AVES	165,2	3,6	13,3	0,3

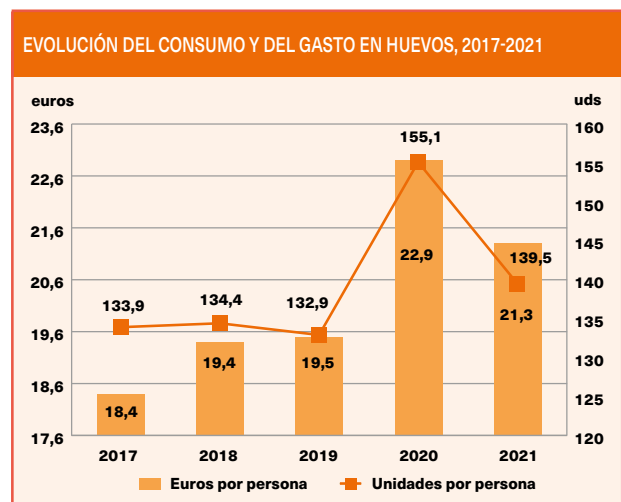
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de huevos durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

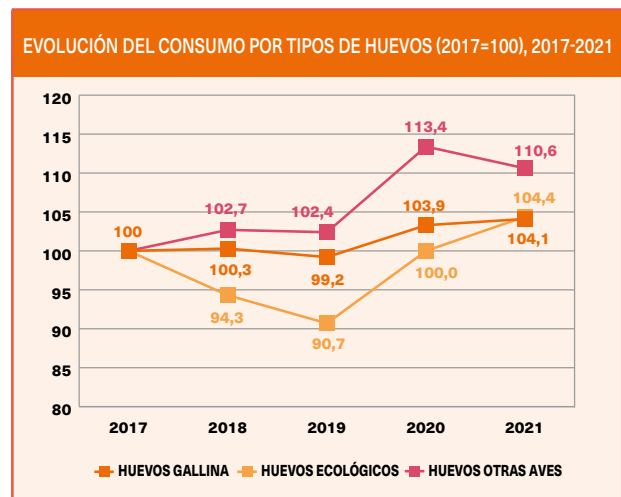
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de huevos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- 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 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, 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, Andalucía y La Rioja.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

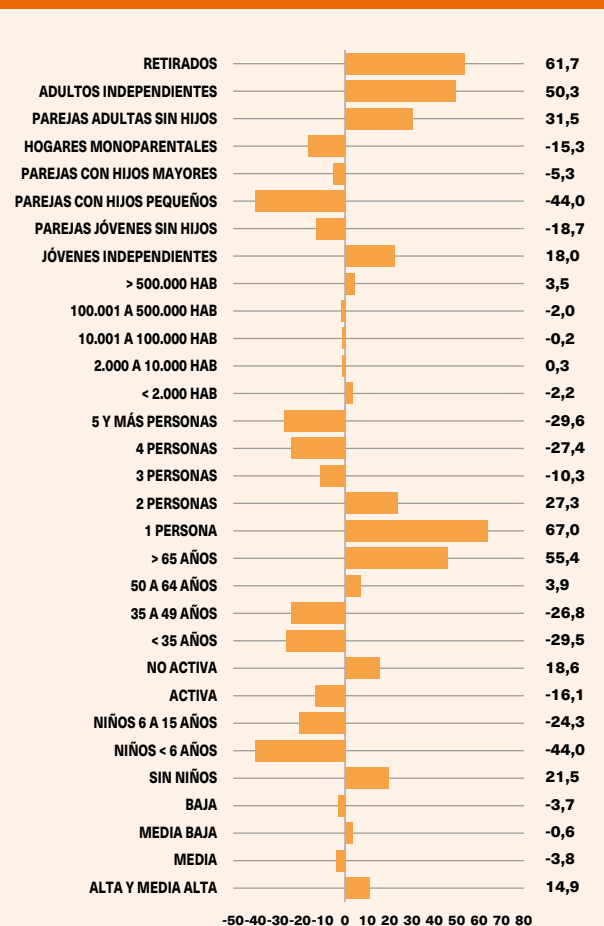
Durante los últimos cinco años, el consumo de huevos se había mantenido bastante estable por persona pero en el año 2020 se produce un incremento motivado por los efectos del COVID-19 (respecto al año anterior, aumentó en 22 unidades) y el gasto también aumentaba (respecto al año anterior, en 3,4 euros por consumidor). En el año 2021 se ha producido un ajuste a la baja con una minoración de 16 huevos y 1,6 euros por persona. En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado se produce en el año 2020 (155,1 unidades) mientras que el gasto más elevado también aparece en 2020 con 22,9 euros por consumidor.



En la familia de huevos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2017, los huevos de gallina ecológicos muestran un ascenso que también se produce en los huevos de gallina y los huevos de otras aves que tienen un volumen de demanda superior.



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

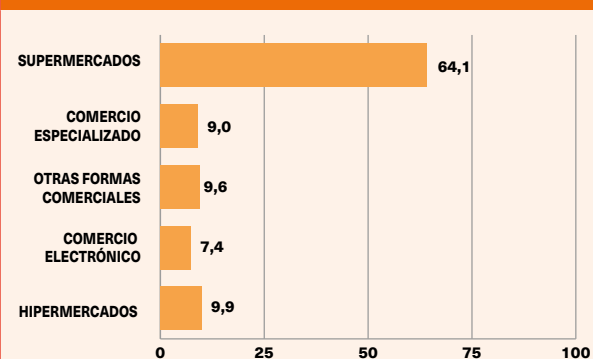


\* Media nacional = 139,5 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de huevos a los supermercados (64,1% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 9,0%, el hipermercado representa el 9,9%, y el autoconsumo el 7,4%. Finalmente, las otras formas comerciales concentran un 9,6% de la cuota de venta global. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE HUEVOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



# PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA



Según el informe anual sobre pesca y acuicultura que elabora la FAO, la producción pesquera mundial (peces, crustáceos y moluscos incluidos) ronda los 177,8 millones de toneladas anuales, de los que 157,4 se destinan a la alimentación humana. De la producción total, el 49,2% corresponde a la aportación de la acuicultura, un porcentaje mayor que en el año.

Según el informe FAO de 2021, la acuicultura (marina y terrestre) aportó 87,5 millones de toneladas. Por el contrario, la pesca de capturas ha dejado de crecer en los últimos años y se sitúa en cerca de 90 millones de toneladas.

En cuanto a los usos, al consumo humano se destinaron en el último ejercicio 157,4 millones de toneladas, algo menos que en el año anterior. El resto de la producción se destina a usos no alimentarios.

Sólo siete países representan la mitad de toda la pesca de capturas a nivel mundial: China, Indonesia, Perú, Rusia, Estados Unidos e India.

China es la principal potencia productora, con más de 12 millones de toneladas y España está situada en el decimonoveno lugar a nivel mundial.

A pesar de que en los últimos años se ha reducido su número, se estima que la flota pesquera mundial está compuesta por unos 4,1 millones de embarcaciones, de las que 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 destacan los atunes.

Asimismo, las principales producciones acuícolas a nivel mundial son las carpas (herbívora, plateada común y cabezona), la tilapia y el salmón. Entre los crustáceos, destacan el camarón patiblanco, los cangrejos (de las marismas y chino) y el langostino. Dentro de los moluscos, los primeros lugares están ocupados por ostiones, almejas japonesas, peines y mejillones.

Por zonas, Asia representa casi el 92% de la producción mundial y Europa sólo el 2,7%, por ejemplo.

## SECTOR PESQUERO EN LA UE

En la Unión Europea (UE), en 2021 había registrados 81.071 buques de pesca. Sólo 22 países cuentan



# INTERFISH

# UNIDOS POR UN PRODUCTO DE CALIDAD

INTERFISH es la organización interprofesional pesquera formada por OPROMAR, O.R.P.A.G.U., OPP-7 Burela y CONXEMAR.

UNIDOS para mejorar la producción, comercialización y el consumo de la Tintorera (*Prionace Glauca*).



UNIÓN EUROPEA  
Fondo Europeo Marítimo  
y de la Pesca



COMISIÓN  
EUROPEA  
INICIATIVA  
DE EMPLEO JUVENIL  
Y EMPRENDIMIENTO

con flota pesquera y es Grecia el que tiene un mayor número de barcos (19,6% del total comunitario en 2021). Por detrás de Grecia en cuanto a número de barcos, se encuentran Italia (16,1% de la flota) y España (11,8%).

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.

Anualmente, la producción de la UE ronda los 5,4 millones de toneladas, de las que 4 millones serían capturas y 1,4 producciones de la acuicultura. España lidera la producción de pescado, por delante de Francia, Italia y Grecia.

Para abastecer el mercado es necesario recurrir a las importaciones. Anualmente se compran unos 9,4 millones de toneladas (1,8 millones de productos de acuicultura y el resto de capturas) y se exportan unos 2,7 millones de toneladas (entre productos de la pesca y de la acuicultura), 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.

### 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.

La proporción de productos pesqueros destinados al consumo humano ha crecido desde el 11% en 1976 al 27% actual.

Se exportan anualmente unos 60 millones de toneladas de pescado y productos pesqueros, de los que 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 ESPAÑA

La flota pesquera nacional representa el 24,4% de la capacidad total de la flota europea y estaba compuesta en marzo de 2021 por 8.810 embarcaciones, según datos de la Comisión Europea.

En el sector pesquero hay empleados unas 53.420 personas, de las cuales el 50,6% lo estarían en la pesca, el 12,2% en acuicultura y el 37% en labores de transformación del pescado. Precisamente, España es el país europeo que tiene más personas trabajando en el sector transformador de pescado, muy por delante del segundo país que es Polonia.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Según el directorio de empresas del INE, en España había en 2021 un total de 610 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, nueve menos que en el año 2020.

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 2021, esta asociación creada en 2007 estaba formada por 42 asociaciones de armadores de pesca, 800 empresas pesqueras, 928 buques, 10.000 trabajadores (tripulantes). Los barcos de los socios de CEPESCA tienen un arqueo de 218.821,9 GT y controlan el 50% de las capturas a nivel nacional.

En ese sentido, la asociación agrupa al 95% de la flota de altura, un porcentaje elevado de la flota de bajura de mediano porte y un 64% del volumen total del tonelaje de arqueo (GT) de la flota española.

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.

## COMERCIO EXTERIOR

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.

Las exportaciones de productos de la pesca, la acuicultura y sus transformados se envían a 142 países actualmente.

En 2021, las exportaciones de productos del sector (pesca, acuicultura conservas, harinas y aceites de pescado, harinas, etc.) sumaron algo más de 1,16 millones de toneladas, por un valor de 4.701 millones de euros. Comparando estas cifras con las del año precedente, se observó un aumento importante en ambos casos, según los datos del Ministerio de Agricultura.

El grueso de las ventas exteriores (780.476 toneladas) fue a parar a los países de la Unión Europea.

Por su lado, las importaciones en 2021 sumaron, según el Ministerio de Agricultura, 1,76 millones de toneladas, por un valor de 7.483 millones de euros, con lo que el saldo comercial (diferencia entre el valor de las compras y el de las ventas) fue negativo en 2,78 millones de euros y la tasa de cobertura quedó en el 62,8%. En el caso de las importaciones, predominan las compras a terceros países.

Entre las exportaciones, la mayor partida del comercio pesquero fueron los pescados congelados (más del 40% del total en volumen), mientras que entre las importaciones sobresalieron las compras de moluscos y pescados congelados en segundo lugar. ■

### 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%
Túnicos	4%
Jurel	1%
P. Espada	1%
Caballa	1%
Otros	2%
Moluscos Bivalvos; 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%

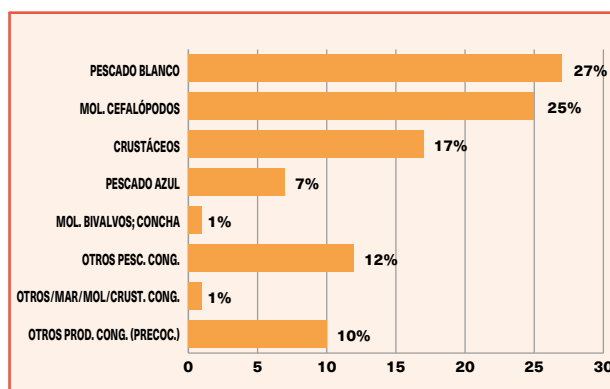
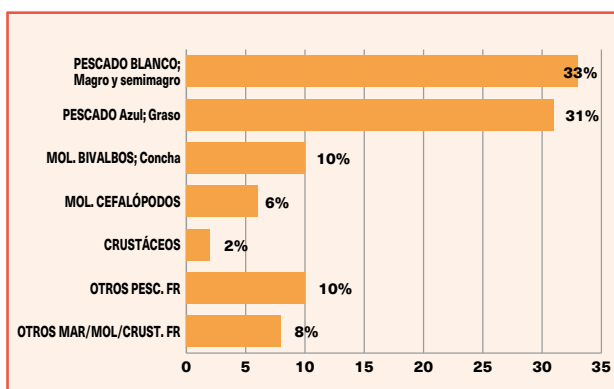
VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO FRESCOS EN LA RED DE MERCAS 2022

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
MERCALGECIRAS	1.674	11,1
MERCALICANTE	2.679	18,7
MERCASTURIAS	2.200	15,4
MERCABADAJOZ	235	1,3
MERCABARNA	185.883	1.501,6
MERCABILBAO	22.489	161,3
MERCACORDOBA	6.230	27,0
MERCAGALICIA	-	-
MERCAGRANADA	14.151	67,5
MERCAIRUÑA	2.651	22,9
MERCAJEREZ	-	-
MERCALASPALMAS	1.489	10,5
MERCALEON	919	5,9
MERCAMADRID	151.424	1.104,0
MERCAMALAGA	35.785	196,6
MERCAMURCIA	12.398	98,8
MERCAOLID	14.892	103,9
MERCAPALMA	7.080	49,4
MERCASALAMANCA	41	0,3
MERCASANTANDER	-	-
MERCASEVILLA	43.871	260,6
MERCATENERIFE	-	-
MERCAVALENCIA	68.462	493,8
MERCAZARAGOZA	25.381	174,2
TOTAL RED	599.934	4.325,0

FUENTE: Mercasa

COMERCIALIZACIÓN DE 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 2021, los hogares españoles consumieron 1.051,5 millones de kilos de productos de la pesca y gastaron 9.779,8 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 22,7 kilos de consumo y 211,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al pescado fresco (9,6 kilos por persona y año), lo que representa un 42,2% del consumo total de productos de la pesca, seguido de las conservas de pescado y molusco (4,5 kilos per cápita y 19,8% de consumo) y de marisco y molusco fresco (3,4 kilos per cápita y 15,0% del consumo total). Por su parte, los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos representan consumos menores, alcanzando

los 3,0 kilos por persona al año (13,2% del consumo total de productos de la pesca), al igual que los pescados congelados, que suponen 2,3 kilos per cápita y el 10,1% del consumo total.

En términos de gasto, el pescado fresco concentra el 39,8%, con un total de 84,2 euros por persona, seguido de las conservas de pescado y molusco, con el 22,6% y un total de 47,8 euros por persona. A continuación, el marisco y molusco fresco, que alcanza el 14,0% del gasto total en productos de la pesca (29,6 euros por persona). Finalmente, los pescados congelados concentran el menor porcentaje de gasto y suponen el 9,0% y 19,0 euros por persona y año.



### CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PESCA	1.051,5	22,7	9.779,8	211,3
PESCADOS	550,6	11,9	4.779,7	103,3
PESCADOS FRESCOS	445,7	9,6	3.898,4	84,2
PESCADOS CONGELADOS	104,9	2,3	881,3	19,0
MERLUZA Y PESCADILLA	103,9	2,2	884,9	19,1
MERLUZA Y PESCADILLA FRESCA	62,5	1,4	578,4	12,5
MERLUZA Y PESCADILLA CONGELADA	41,4	0,9	306,5	6,6
SARDINA Y BOQUERON	58,6	1,3	362,4	7,8

CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
BOQUERONES FRESCOS	37,5	0,8	238,4	5,1
SARDINAS FRESCAS	18,9	0,4	113,9	2,5
ATÚN Y BONITO	19,7	0,4	212,7	4,6
TRUCHA FRESCA	9,9	0,2	70,9	1,5
LENGUADO	10,2	0,2	120,3	2,6
LENGUADO FRESCO	8,2	0,2	98,6	2,1
LENGUADO CONGELADO	2,1	0,0	21,7	0,5
BACALAO	55,9	1,2	505,0	10,9
BACALAO FRESCO	39,2	0,8	329,0	7,1
BACALAO CONGELADO	16,7	0,4	176,0	3,8
CABALLA FRESCA	10,8	0,2	67,5	1,5
SALMÓN	74,7	1,6	774,3	16,7
SALMÓN FRESCO	68,4	1,5	669,0	14,5
SALMÓN CONGELADO	6,3	0,1	105,3	2,3
LUBINA	30,3	0,7	273,7	5,9
DORADA	36,4	0,8	285,1	6,2
RODABALLO	5,1	0,1	58,9	1,3
RAPE	14,5	0,3	166,5	3,6
OTROS PESCADOS	120,7	2,6	997,6	21,6
OTROS PESCADOS FRESCOS	82,2	1,8	725,8	15,7
OTROS PESCADOS CONGELADOS	38,5	0,8	271,8	5,9
MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS	291,9	6,3	2.788,7	60,2
MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS CONGELADOS	100,1	2,2	1.046,3	22,6
MARISCOS Y MOLUSCOS FRESCOS	156,3	3,4	1.371,9	29,6
MARISCOS Y MOLUSCOS COCIDOS	35,5	0,8	370,5	8,0
ALMEJAS Y BERBERECHO	22,5	0,5	213,2	4,6
ALMEJAS CONGELADO	5,4	0,1	33,1	0,7
BERBERECHOS CONGELADOS	0,1	0,0	2,0	0,0
ALMEJAS Y BERBERECHOS FRESCOS	17,0	0,4	178,2	3,8
MEJILLON	43,3	0,935	165,3	3,6



## CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
MEJILLON CONGELADO	1,9	0,0	13,9	0,3
MEJILLON FRESCO	41,4	0,9	151,3	3,3
CALAMARES Y PULPO	60,4	1,30	580,9	12,5
CALAMARES CONGELADOS	20,1	0,4	178,5	3,9
PULPO CONGELADO	3,4	0,1	44,4	1,0
CALAMAR Y PULPO FRESCO	36,9	0,8	357,9	7,7
GAMBAS Y LANGOSTINOS	90,0	1,9	1.034,3	22,3
GAMBAS Y LANGOSTINO CONGELADO	52,5	1,1	598,3	12,9
GAMBAS Y LANGOSTINO COCIDO	21,7	0,5	228,5	4,9
GAMBAS Y LANGOSTINO FRESCO	15,8	0,3	207,5	4,5
OTROS MARISCOS Y MOLUSCOS	75,6	1,6	795,0	17,2
OTROS MARISCOS CONGELADOS	16,5	0,4	176,1	3,8
OTROS MARISCOS COCIDOS	13,7	0,3	142,0	3,1
OTROS MARISCOS FRESCOS	45,3	1,0	476,8	10,3
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	209,1	4,5	2.211,4	47,8
SARDINAS	10,3	0,2	84,2	1,8
ATÚN	101,3	2,2	826,4	17,9
CHICHARRO Y CABALLA	5,9	0,1	51,9	1,1
MEJILLONES	13,8	0,3	119,5	2,6
BERBERECHOS	3,8	0,1	75,3	1,6
ALMEJAS	1,3	0,0	15,1	0,3
CALAMARES	5,1	0,1	40,8	0,9
PULPO	0,4	0,01	4,5	0,1
ANCHOAS	4,2	0,1	92,1	2,0
SALMÓN AHUMADO	8,3	0,18	224,9	4,9
TRUCHA AHUMADA	0,2	0,0	4,6	0,1
OTROS AHUMADOS	2,0	0,0	35,8	0,8
OTRAS CONSERVAS DE PESCADO	52,4	1,131	636,4	13,7
PESCADO SALADO	11,7	0,3	155,1	3,4
SUSHI	1,8	0,0	46,7	1,0



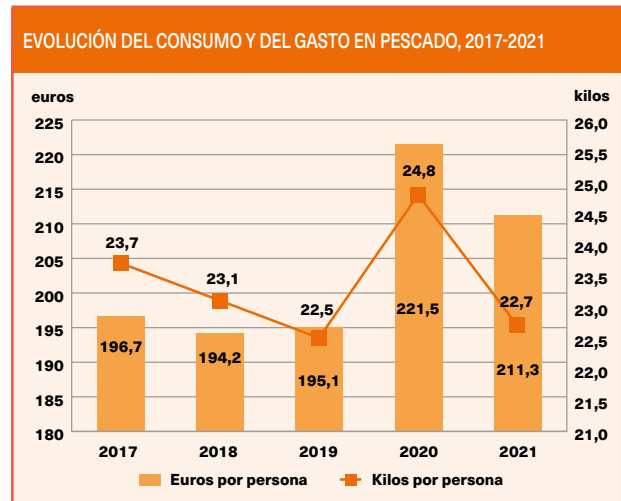
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de productos de la pesca durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

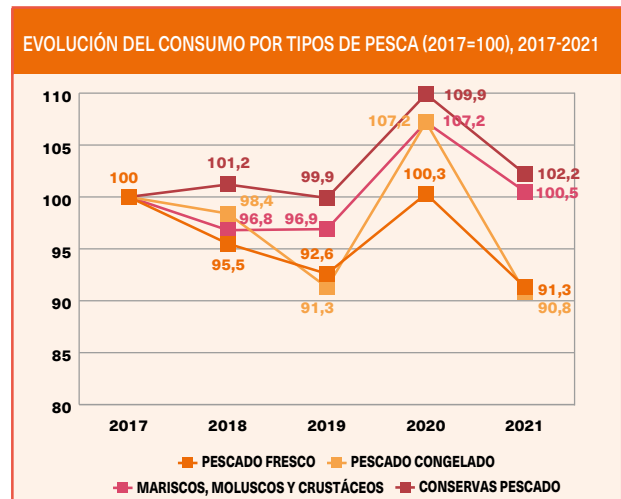
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de productos de la pesca, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos de la pesca es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos de la pesca es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de productos de la pesca, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en municipios con censos por encima de 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de productos de la pesca, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de 10.000 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes, 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, Castilla y León y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Baleares, Extremadura y Canarias.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

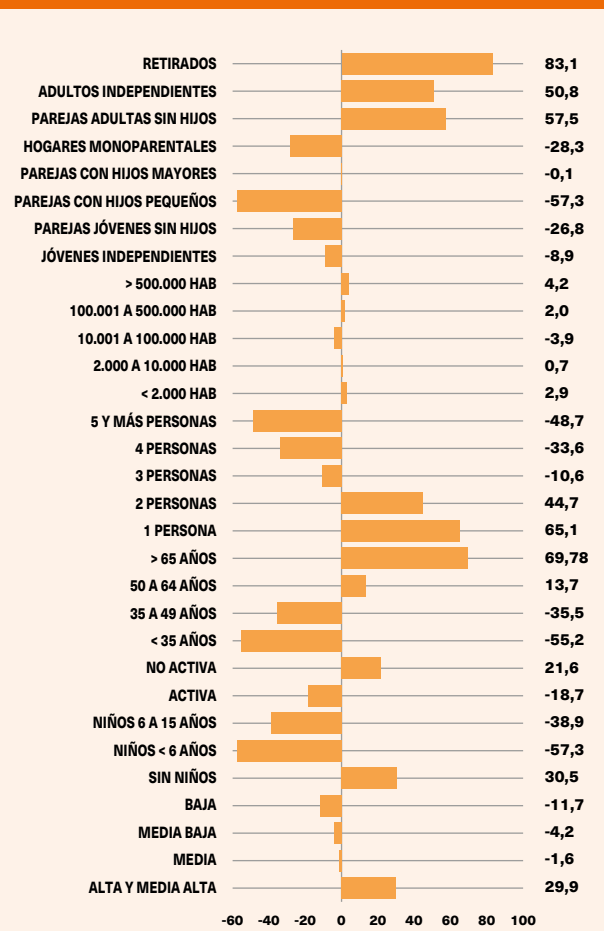
Durante los últimos cinco años, el consumo de productos de la pesca venía descendiendo pero se produce un repunte en el ejercicio 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 que, en menor cuantía, también afecta al año 2021 puesto que los niveles son superiores al periodo anterior a la pandemia. En 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).



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.



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

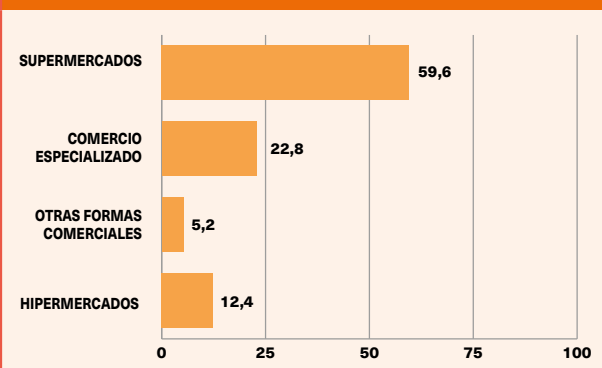


\* Media nacional = 22,7 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos de la pesca a los supermercados (59,6% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en este producto una cuota del 22,8%, mientras que el hipermercado concentra el 12,4%. Las otras formas comerciales acaparan el 5,2% restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



## PESCADO Y MARISCO FRESCO



Los buques pesqueros españoles capturaron durante el último año computado, un total de 341.242 toneladas de peso vivo, destinadas al consumo humano, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación relativos a 2020. El valor estimado de todas estas capturas se acercó a los 896 millones de euros. Estas cifras suponen unos retrocesos interanuales del 2,8% en volumen y del 8,4% en valor.

Por partidas, destaca la constituida por los peces, ya que superan las 316.086 toneladas y los 681 millones de euros. A continuación, se sitúan los moluscos, con 16.263 toneladas y 98 millones de euros, seguidos por los crustáceos, con unas capturas de 8.244 toneladas, por un valor de casi 111 millones de euros. Esta última partida fue la más estable con respecto al año precedente.

Otras capturas de la flota pesquera son erizos de mar y otros equinodermos, que alcanzaron en 2020 las 649 toneladas y los 4,9 millones de euros de valor.

El pescado destinado a su consumo en fresco representó en 2020 el 43,3% de todas las capturas de

la flota pesquera, un porcentaje superior al del año anterior.

Dentro de las partidas destinadas al consumo en fresco, la más importante en volumen es la formada por peces pelágicos diversos, con un volumen de 83.385 toneladas y un valor de 88 millones de euros

### PRINCIPALES EMPRESAS DE PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nueva Pescanova, S.L	1.087
Grupo Ibérica de Congelados, S.A (Iberconsa) *	402
Pescapuerta Grupo *	283
Grupo Profand, S.L (*)	397
WOFCO (Worldwide Fishing Company)	231
Fandicosta Grupo (*)	257,5
Mascato	221,3
Congelados y frescos del Mar (Confremar) Grupo*	181,8
Grupo Pereira	168,49
Interatlantic Fish Grupo	103

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones.



(datos del año 2019 publicados por el Ministerio de Agricultura).

La partida más importante por su valor económico en 2020 fue la de los atunes (178 millones de euros). Detrás de esta partida se situó la de merluzas y bacalaos, con un valor superior a los 144 millones de euros y un volumen de 65.985 toneladas en el año computado. La tercera partida en importancia económica fue la de los arenques, sardinas y anchoas fue otra de las destacadas, con 73.985 toneladas y un valor de 101 millones de euros.

Entre los moluscos, el principal grupo es el de los calamares, jibias y pulpos, (con 10.640 toneladas y cerca de 64,5 millones de euros), seguido por almejas, berberechos y arcas (5.213 toneladas y 31,6 millones de euros).

Finalmente, en el grupo de los crustáceos, la partida más importante es la de gambas y camarones (con 5.056 toneladas y 78 millones de euros), seguida por las de bogavantes y langostas (14 millones de euros) y cangrejos y centollas (8,2 millones de euros).

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En los diferentes caladeros faenaban en 2021 un total de 8.732 buques, 107 menos que en el año anterior, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. La mayor parte de estos barcos (8.442) faenaban en caladeros nacionales y el resto, en aguas comunitarias y en caladeros internacionales (186).

Por artes de pesca, aproximadamente 6.814 buques corresponden a artes menores, fijas y redes de enmalle; 891 se encuadran en el arte de arrastre; 561 son de cerco; 292 de palangre, tanto de superficie como de fondo; 53 atuneros cañeros; 41 de volanta; 21 rasco y 59 de artes fijas.

La región con mayor número de buques registrados es Galicia, seguida muy de lejos por Andalucía.

Aproximadamente el 70% del pescado comercializado en fresco en España lo hace en unas 180 lonjas de pescado, de las que tres cuartas partes están gestionadas por las cofradías de pescadores.

Por su parte, en la red de mercados mayoristas de MERCASA se comercializan en torno a unas 545.000 toneladas de productos pesqueros al año, destacando por sus ventas Mercamadrid y Mercabarna.

## COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial de pescados frescos y refrigerados es claramente negativa para España, como ocurre en prácticamente todos los productos de mar. Las demandas internas son muy superiores a la capacidad productiva del sector y resulta preciso recurrir a unas importaciones masivas. Así, durante el ejercicio 2021, se importaron 255.813 toneladas de pescados frescos y refrigerados, por un valor de 1.263,6 millones de euros. Comparando con el año anterior, se produjo un aumento del volumen del 9% y del valor del 18%.

Mientras, las exportaciones se situaron en 90.297 toneladas, por un valor de 514,2 millones de euros (un 14% y un 26% más, respectivamente).

De esta manera, el saldo comercial negativo para España se acercó a los 749 millones de euros, mientras que la tasa de cobertura fue del 40,7%.

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 pescados frescos 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 pescado fresco y refrigerado, se registran también unos resultados negativos. En 2021, España importó 198.233 toneladas por un valor de 883 millones de euros y exportó 67.543 toneladas, por un valor de 476,6 millones de euros. La balanza comercial registró, por tanto, un saldo comercial negativo en este subsector de filetes y carnes de pescado, de 406 millones de euros y la tasa de cobertura fue en 2021 del 54%.

En cuanto a los peces vivos, se exportaron en 2021 un total de 10.056 toneladas y se importaron 6.531 toneladas. En este caso, la tasa de cobertura es positiva (131%) porque además aumentaron las ventas y disminuyeron las compras en ese año. ■



**CRECIENDO CONTIGO**

**40**

**mercamálaga**

**1981-2021**

AVDA. JOSE ORTEGA Y GASSET S/N  
29196 MALAGA  
[WWW.MERCAMALAGA.ES](http://WWW.MERCAMALAGA.ES)

## PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS

**E**l sector del pescado y marisco congelado tuvo un año 2021 muy bueno, pues a pesar de los efectos de la pandemia sobre la hostelería y la restauración, las empresas lograron superar el nivel de ventas pre-covid por su capacidad de adaptación.

La flota pesquera española capturó durante el último ejercicio computado (2020) 443.602 toneladas de pescados, crustáceos y moluscos destinados a ser comercializados como congelados, cuyo valor se acercó a los 656,8 millones de euros.

La partida más importante de las capturas destinadas a ser congeladas fue la de los peces, con 415.655 toneladas y 555 millones de euros, seguida por la de los moluscos (23.471 toneladas y 57,8 millones de euros) y la de los crustáceos (4.476 toneladas y 43 millones de euros). La partida que más creció, tanto en volumen como en valor, con respecto al año anterior fue la de los moluscos.

En el grupo de los peces congelados destacaron los atunes, bonitos y agujas, (con 232.654 toneladas y 364

millones de euros), seguidos por bacalao, merluzas y eglefinos (con 109.665 toneladas y 94 millones de euros), tiburones, rayas y quimeras, (47.033 toneladas y 40 millones de euros) y peces demersales diversos (11.242 toneladas y 23,6 millones de euros).

Entre los moluscos los primeros son los calamares, jibias y pulpos (23.463 toneladas y 57 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 (4.114 toneladas y 42,5 millones de euros), seguidos por cangrejos y centollos (391 toneladas) y bogavantes y langostas (94 toneladas).

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La Asociación Española de Mayoristas, Importadores, Transformadores y Exportadores de Productos de la Pesca y Acuicultura (CONXEMAR) representa los intereses de empresas del sector del pescado

**SERPESKA**<sup>®</sup>  
*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**

congelado en España. En CONXEMAR están asociadas 288 empresas con una facturación anual de casi 9.000 millones de euros y más de 16.000 empleos directos.

Por su lado, en la asociación ANFACO-CECOPESCA hay también 90 empresas dedicadas al congelado, que facturaron en 2021 unos 3.973 millones de euros.

El sector empresarial se encuentra dominado por los principales grupos pesqueros de nuestro país, quienes también incursionan en otros sectores dentro de los productos congelados. En 2021, el grupo líder registró una facturación de 1.087 millones de euros, mientras que el segundo se quedó en 795 millones de euros, el tercero rondó los 402 millones de euros y el cuarto se situó en 283 millones de euros.

Según los datos de la consultora IRI, las ventas de pescado y marisco congelado y preparado en el canal retail (hipermercados y supermercados de más de 100 metros cuadrados) superaron en 2021 los 131 millones de euros. En volumen, se comercializaron 22.930 toneladas, de las que el grueso fueron merluza, tanto en volumen como en valor. También fueron importantes las ventas de calamares.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado (segmento retail), ya que controlan el 67,5% de todas las ventas en volumen, frente a una cuota del 25,2% de la primera oferta marquista.

## COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de productos pesqueros congelados constituye una excepción dentro del sector pesquero, pues las exportaciones superan con mucho a las importaciones.

Según los datos del informe de comercio del Ministerio de Agricultura, las exportaciones de pescado congelado en 2021 ascendieron a 402.791 toneladas, por un valor de 737,4 millones de euros. Comparando estas cifras con las del año 2020 se observó un descenso del 3,1% en volumen, frente a un aumento del valor del 8%.

Por su parte, las importaciones de pescado congelado totalizaron un monto de 330.863 toneladas, unas 12.000 menos que en el año anterior. El valor de estas compras se acercó a los 676 millones de euros.

Dentro de las exportaciones, el grueso se correspondió con ventas fuera de la Unión Europea. Los

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONGELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nueva Pescanova S.L.*	1.087
Grupo Profand, S.L.	795
Grupo Virto, S.A.	456
Grupo Ibérica de Congelados, S.A. *	402
Ricardo Fuentes e Hijos, S.A. - Grupo *	303,9
Congelados de Navarra, S.A.	254
Mascato, S.A.	221,3
Pescapuerta, S.A. - Grupo	283
Distribuidora Mariscos Rodríguez, S.A. (Dimarosa)	226,28
Congelados y frescos del mar, S.A. - Grupo	99

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones.(1) Estimación

principales clientes de las exportaciones españolas de pescado congelado fuera de la UE 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 (25% del total), la merluza argentina, 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 191.000 toneladas y las exportaciones a 45.510 toneladas, según los datos de comercio. Los langostinos y camarones congelados representaron el grueso de las exportaciones, aunque también se comercializan bogavantes, cigalas y cangrejos.

Igualmente, en el sector de los moluscos hubo caídas de exportaciones en general. Se exportaron 138.940 toneladas de moluscos congelados, entre los que los pulpos fueron la principal partida. Según los datos de Comercio, ese año se importaron también 336.811 toneladas de moluscos congelados, entre los que destacaron las partidas de calamares y mejillones. ■

## ACUICULTURA

**H**asta el año 2020, el sector de no paraba de crecer y de batir sus propios récords, pero debido a la pandemia la producción se frenó en seco y no fue hasta 2021 cuando empezó a recuperarse.

El sector empresarial de la acuicultura en España registró en 2021 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).

Apromar (Asociación Empresarial de Acuicultura de España), estimó en su informe 2021 que la cosecha de acuicultura ascendió a un total de 307.168 toneladas, por un valor de 510,9 millones de euros (los datos son de 2020). Comparados con el año precedente, se produjo un aumento del valor y un descenso del volumen.

De la producción total, un 77% son moluscos; un 22% peces y el restante algas. Más en concreto, los mejillones representaron el 76% de toda la producción, las lubinas el 7,5% y las doradas el 3,5%.

Otras producciones acuícolas marinas de España son el rodaballo (7.680 toneladas en 2021), la corvina (3.325 toneladas), el lenguado, la anguila o el langostino. Asimismo, hay producción en acuicultura de atún rojo, almeja japonesa y berberechos y en acuicultura continental domina la trucha.

En el año 2020, debido a los efectos de la pandemia sobre el consumo en hostelería y restauración la producción descendió drásticamente. Como ejemplo, según los datos de Apromar, descendió la producción de dorada descendió un 53%, mientras que la producción de juveniles de dorada lo hizo en un 46,6%; la producción de lubina en un 20,6% y la de juveniles de lubina en un 17,9%

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. En España, la producción del sector de la acuicultura no para de crecer y de batir sus propios récords.

### 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).

Antes de la pandemia, el número de establecimientos se incrementó notablemente. Los últimos datos disponibles cifran en menos de 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 un sector que precisa fuertes inversiones para alcanzar su rentabilidad. Una excepción notable la constituye la producción de mejillón, concentrada de forma muy significativa en Galicia. 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. ■

## CONSERVAS DE PESCADO

**E**l sector de las conservas de pescado y marisco volvió a mostrar mucha capacidad de invención y flexibilidad en 2021. El consumo de estos productos aumentó gracias a que la industria lleva años intentando renovar el lineal en base a productos de mayor calidad.

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.

Según datos de la Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas y Mariscos (ANFACO-CECOPESCA), la producción española de conservas de pescado llegó durante 2021 hasta cerca de las 330.429 toneladas, un volumen inferior en un 8% al del año anterior. El 85% de esa producción salió de Galicia. Igualmente, el valor de estas producciones descendió un 5,9% hasta alcanzar los 1.651,5 millones de euros (un 5,9% menos que un año antes).

De acuerdo con los datos de la Encuesta Industrial de Productos, que elabora el INE, en 2021 la producción de conservas de pescado y moluscos se elevó a 402.427 toneladas, de las que 333.786 eran conservas de atún o similares.

Además de las conservas de atún, otras producciones importantes fueron las conservas de sardinas (15.300 toneladas en 2021, menos que en 2021); las de anchoas, las de caballa y las de salmón. Al margen del pescado, también son importantes las conservas de mejillones, calamares y chipirones, berberechos, almejas, pulpo y navajas.

Según los datos de 2021 publicados por ANFACO CECOPESCA, en todas las producciones hubo descensos con respecto al año precedente, excepto en el caso del atún con vegetales.

## 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.

Esta asociación contaba en 2021 con 252 empresas asociadas, de las que un 38% se dedicaba a la comercialización y un 55% a actividades industriales.

Estas empresas empleaban a más de 25.000 trabajadores de forma directa, de los que un 60% trabajaban en Galicia, aunque la asociación tiene ámbito nacional. Las empresas asociadas facturaron más de 10.200 millones de euros, según estimaciones.

Del número total de empresas asociadas a ANFACO-CECOPESCA, 62 se dedicaban a las conservas de pescado y

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONSERVAS DE PESCADO Y MARISCO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Jealsa Industria Alimentaria, S.L	700
Luis Calvo Sanz, S.A. - Grupo *	560
Frinsa del Noroeste, S.A.	547
Grupo Conservas Garavilla, S.L. - Grupo *	355
Ignacio González Montes, S.A.	109
Conservas Dani S.A (Grupo) *	101,5
Salica, Industria Alimentaria, S.A.	91,5
Hijos de Carlos Albo, S.L.U. *	87
Consortio Español Conservero, S.A. - Grupo *	75
Francisco Gil Comes S.L.U Grupo*	73,4

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones.

mariscos (el 59,6% en Galicia). Estas empresas facturaron 3.158 millones de euros

La mayoría de estos grandes grupos siguen siendo españoles, aunque ya empiezan a entrar en el sector grupos internacionales. En 2021, la facturación de estas empresas descendió en conjunto por las menores ventas.

La primera empresa del sector registró en 2021 unas ventas de 700 millones de euros (con una producción de 111.000 toneladas), mientras que la segunda llegó a los 560 millones de euros; la tercera facturó unos 547 millones de euros; la cuarta alcanzó los 355 millones de euros y la quinta casi 109 millones de euros. Con ventas entre los 101 y los 73 millones de euros quedaron los otros cinco grupos que forman el ranking de las diez empresas que más facturan.

La innovación y la modernización de los procesos productivos son las dos estrategias clave para arañar cuotas de ventas en el poco dinámico mercado interno. Durante los últimos años se han registrado en el sector inversiones importantes.

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado y en 2021 volvieron a ganar cuota. Así, según datos de la consultora IRI, acaparon el 80% de todas las ventas en volumen de las conservas de atún, el 76,6% de las de sardinas y sardinillas, el 75,7% de las de calamares y pulpo y el 71,6% de mejillones y berberechos.

## COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones constituyen una estrategia fundamental para la supervivencia del sector de conservas de pescado de nuestro país, ya que las demandas del mercado nacional son insuficientes para absorber los volúmenes de producción alcanzados.

En 2021, más del 60% de la producción de conservas de pescado y marisco de las empresas españolas se destinó a la exportación.

El 91,2% de las exportaciones de las empresas del ramo fue a parar a Europa y en concreto, el 86,4% a la Unión Europea. Por su lado, a África fue el 2,9% de las ventas; a América el 5,4%; a Asia el 0,4% y a Oceanía el 0,2%. Dentro de la UE, los principales destinos fueron Italia, Portugal, Países Bajos y Alemania, mientras que entre los no comunitarios destacaron Reino Unido, Estados Unidos, Marruecos y Turquía.

Además, durante los últimos años, el mercado interior ha mostrado muy poco dinamismo lo que ha reforzado todavía más la internacionalización de las principales empresas del sector.

En el año 2021, las exportaciones de preparados y conservas de pescado alcanzaron un volumen de 167.827 toneladas y un valor de 879,2 millones de euros. Por su lado las importaciones ascendieron en volumen a 190.314 toneladas, por un valor de 791 millones de euros, según datos de Comercio.

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.

La balanza comercial en este subsector de las conservas tuvo un saldo negativo en volumen, pero positivo en valor pues las ventas superaron a las compras. En este sentido, durante 2021 se importaron 190.314 toneladas de conservas de pescado, 4.000 toneladas menos que un año antes. El valor de estas importaciones fue de 791 millones de euros. 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 (20% en 2021), Vietnam, Marruecos y Perú. No obstante, dentro de la UE destacaron las compras a Portugal y Países Bajos. ■

## AHUMADOS

**T**ras experimentar en 2020 un inusitado crecimiento, la producción de pescados ahumados en el año 2021 se estabilizó. Según la Encuesta de Productos que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción de ahumados de pescado superó las 15.050 toneladas, por un valor de algo más de 280 millones de euros, 17 millones más que un año antes. El grueso de esta producción fueron los ahumados de salmón, que alcanzaron un volumen cercano a 14.000 toneladas (un 13% por encima de los niveles del año precedente), por un valor de más de 281,9 millones de euros, un 8,7% más que en el año anterior

De acuerdo con el INE, los ahumados de salmón representaron el 98,5% en volumen y el 91% en valor de toda la producción nacional de ahumados. Además del salmón ahumado, la industria produjo 33 toneladas de ahumados de arenques (más del doble que un año antes), por un valor de 469.000 euros, así como también 122 toneladas de ahumados de trucha, por un valor de 2,5 millones de euros.

El resto de la producción (1.024 toneladas en 2021) fueron otros ahumados, cuyo valor descendió hasta los 21,17 millones de euros, según datos del INE.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DEL PESCADO AHUMADO	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
UBAGO Group Mare S.L *	177
Ahumados Gimar, S.L	32
La Balinesa	31
Vensy España, S.A	28,9
Ahumados Domínguez, S.A	22,8
Copesco&Sefrisa, S.A	22,6
Xantelmar, S,L	20,73
Ahumados Canarios, S.A	11
Salmonsur, S.A	7,5
Ahumados El Duende, S.L	6,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones.

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 había en 2021 un total de 11 empresas dedicadas al pescado ahumado, con una facturación de 271 millones de euros.

El grupo líder del sector registró en 2021 unas ventas de casi 95 millones de euros en el mercado de ahumados, frente a los 177 millones que constituyen su facturación total. El segundo operador del mercado centra toda su actividad en el sector de los ahumados y facturó en torno a los 32 millones de euros y lo mismo sucede con la tercera empresa, que sólo produce ahumados y factura también algo más de 31 millones de euros.

Otros siete operadores de este mercado registran cifras de ventas entre los 29 y los 6,5 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 70% de las ventas de ahumados en España se realizaron en libreservicio. De las ventas totales en 2021, más del 90,5% correspondieron al salmón y un 2,9%

al bacalao ahumado. También se comercializaron ahumados de trucha, palometa y surtidos de ahumados.

Las marcas de distribuidor (MDD) tienen una gran importancia en este mercado. Según datos de la consultora IRI, en libreservicio representaron en 2021 el 37,2% de todo el volumen comercializado mientras que la primera MDF obtuvo el 5,1% de la cuota.

## 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.

Según los datos de Comercio se dispararon las importaciones de ahumados hasta las 1.345 toneladas (90% salmón). Por su parte, las exportaciones también llegaron a 1.495 toneladas, de las que la mayor parte (1.157 t.) eran salmón.

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. ■

## 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 2021 la producción de pescado en salazón y desecado ascendió a 15.050 toneladas, un 10,2% menos que en el año anterior. De este volumen, la mayor partida fue la de bacalao (7.608 toneladas), seguido de anchoas (2.400 toneladas), bonito (1.601 toneladas) y sardinas (616 toneladas). El valor alcanzado por estas producciones, según el INE, se elevó a 129,6 millones de euros.

En cuanto al comercio exterior, el sector tiene un saldo positivo pues las exportaciones en volumen son mayores que las importaciones. En el año 2021, según

los datos de Comercio se importaron 1.242 toneladas de bacalaos en salazón, al tiempo que se exportaron 1.823 toneladas. Asimismo, también hay otra partida de bacalao salado, sin secar ni ahumar, que en 2021 alcanzó las 12.765 toneladas importadas y las 2.195 toneladas exportadas.

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 al comenzar el año 2021 un total de 25 empresas dedicadas al sector del bacalao y salazones, que facturaron 400 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



**E**spaña ocupa el primer lugar mundial en superficie y producción de aceite de oliva. En el año 2021, la superficie de olivar censado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) se incrementó un 0,7%, hasta llegar a 2.770.425 hectáreas, el 60% de las cuales se encontraba en Andalucía.

De la cifra total de olivares que había en el año 2021, 2.573.334 hectáreas eran olivares destinados a la producción de aceite, cifra superior a la que había en 2020. Asimismo, 120.319 hectáreas (unas 1.000 hectáreas más que un año antes) eran olivares de doble aptitud (aceituna de mesa y de almazara).

El cultivo del olivar tiene en España un marcado carácter social. Se estima que unos 340.000 agricultores se dedican al cultivo del olivar y que este cultivo genera unos 46 millones de jornadas cada campaña.

Están registradas en España cerca de 260 variedades de aceituna, de las cuales solamente la gordal no se considera apta para el aderezo porque su elevado contenido en agua determina bajos rendimientos en aceite.

Cada una de estas variedades de aceituna produce un aceite distinto. Así, existen en el mercado aceites de aceituna picual, hojiblanca, lechín, manzanilla, verdial, cornicabra, empeltre, arbequina, etc.

## PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITE DE OLIVA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2019/2020	2020/2021	2021/2022
ANDALUCÍA	902	1.110,4	1.152,4
ARAGÓN	11	12,4	19,4
BALEARES	0,62	0,7	0,69
COMUNIDAD VALENCIANA	22	27,1	22,4
CASTILLA-LA MANCHA	65	131,9	127,4
CASTILLA Y LEÓN	1	0,9	1,6
CATALUÑA	29	31,4	39
EXTREMADURA	69	44,6	104,2
LA RIOJA	2	2,6	2
MADRID	3	5,4	3
MURCIA	10	11,4	10,3
NAVARRA	4	6,3	5,7
OTRAS CCAA	7	5	1
ESPAÑA	1.125,7	1.390,0	1.488,5

Fuente: MAPA

## PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE ACEITE DE OLIVA Y ACEITUNA DE MESA (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
ACEITE DE OLIVA	1.793,5	1.125,7	1.390,0	1.488,5
ACEITUNA DE ADEREZO	601	462	546	659,4

Fuente: MAPA

La producción española representa aproximadamente el 65% de la producción de la Unión Europea y el 25% de la mundial, pues en los últimos años ha aumentado más la producción de los países terceros. Igualmente es España la gran potencia mundial en producción de aceituna de mesa.

En mayor o menor medida, la producción del aceituna está distribuida por 35 de las 50 provincias españolas, si bien es en Andalucía donde se concentra el grueso de la producción.

Extremadura, con el 12% del olivar aproximadamente, ocupa la segunda posición en superficie de olivar y en las últimas décadas el olivar se ha ido extendiendo a zonas donde el cultivo del olivar es menos habitual como puede ser Castilla y León o incluso Galicia.

## OLIVAR ECOLÓGICO

El olivar es uno de los cultivos que mejor se adapta a la producción ecológica. La producción ecológica de aceituna y a comercialización del aceite de oliva obtenido es una de las mejores opciones para asegurar la productividad sin poner en peligro el medio ambiente.

En España existían al finalizar 2021 un total de 256.507,4 hectáreas declaradas como olivar ecológico, una cifra muy superior a la del año anterior, según los datos del Ministerio de Agricultura. Como es lógico, la mayor parte de esta superficie estaba en Andalucía (117.380 hectáreas en 2021). También Castilla-La Mancha contaba con una gran superficie de olivar ecológico (72.391 hectáreas) y Extremadura (29.146 hectáreas). El olivar ecológico está presente en todas las regiones, excepto en Cantabria pues en 2021 incluso Asturias tenía registrada una pequeña superficie de olivos ecológicos.

## ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA

El valor de los productos obtenidos del olivar representó en 2021, a efectos de calcular la renta agraria nacional, el 4,6% de la Producción Agraria final y el 7,7% de la Producción Vegetal, porcentajes en ambos casos muy superiores a los del año precedente.

Según los datos MAPA, la producción de aceite de oliva 2021 a efectos de calcular la renta agraria anual tuvo una evolución muy positiva, al contrario de lo que sucedió en el año anterior. Estos datos del Ministerio de Agricultura no se corresponden con la evolución de la campaña 2021/2022, sino con la anterior 2020/2021.

En este sentido, en cantidad la producción de aceite de oliva se incrementó a efectos de calcular la renta un

### PRODUCCIÓN DE ACEITUNA DE ADEREZO EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
MUNDO	2.949,5	2.961,0	2.661	2.846,5
UE	859	771	848	896,2
ESPAÑA	591,1	458,2	546	659,4

Fuentes: COI y MAPA

### PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITUNA DE ADEREZO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
ANDALUCÍA	483	356	459,2	508,2
EXTREMADURA	98	92,2	80,2	141,6
OTRAS CCAA	10,1	10	6,6	9,6
TOTAL ESPAÑA	591,1	458,2	546	659,4

Fuente: MAPA

### PRODUCCIÓN DE ACEITE EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
MUNDO	3.304	3.266,5	3.010	3.098,5
UE	2.263,6	1.920	2.052,0	2.177
ESPAÑA	1.793,5	1.125,7	1.390,0	1.488,5

Fuentes: COI, Comisión Europea y MAPA

23,6%, mientras que los precios subieron de media un 42,8% (en los tres años anteriores bajaron).

El valor generado por el sector del aceite de oliva se incrementó significativamente (un 76,5%) y se situó en 2.611 millones de euros (en el año precedente superó los 1.467 millones).

Según los datos del MAPA, la producción nacional de aceite en la campaña 2020/2021 alcanzó un volumen cercano a 1,39 millones de toneladas, un 23% más que en la anterior campaña. Igualmente, la producción en la campaña 2021/2022 se incrementó y alcanzó un volumen de 1,48 millones de toneladas.

Andalucía volvió a recuperar posiciones en el ranking de regiones productoras de aceite de oliva, alcanzando en la campaña 2021/2022 el 75,6% del total. A los andaluces les siguieron los olivereros de Castilla-La Mancha (8,4%), los de Extremadura (7%) y los de Cataluña (2,5%).

## ACEITE DE OLIVA EN LA UNIÓN EUROPEA

Aunque varios países de la Unión Europea (UE) 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 representa cerca del 1% de la Producción Agraria final.

La producción de aceite en la UE en la campaña 2020/2021 ascendió a algo más de 2 millones de toneladas, un 7% más que en la campaña anterior, cuando la producción disminuyó significativamente. La subida de la producción comunitaria en esa campaña fue consecuencia principalmente de los buenos resultados en España.

Además de España, que ocupa el primer lugar en producción con mucha diferencia respecto al resto, los otros países productores de aceite de oliva de la UE son Italia, Grecia, Portugal, Francia, Chipre, Malta, Croacia y Eslovenia.

Por su lado, en la campaña 2021/2022, la UE produjo algo más de 2,17 millones de toneladas de aceite de oliva, según los datos de la Comisión Europea. En el aumento de la producción de esta campaña también tuvo mucho que ver la buena cosecha española, así como también los incrementos registrados en Italia y Portugal.

En este sentido, Italia registró en la campaña 2021/2022 una producción de 329.000 toneladas, un 20% más que en la anterior campaña y Portugal obtuvo 206.200 toneladas (un 25% más). En sentido contrario, Grecia quedó con una producción de 227.000 toneladas (un 17% menos).

Por su parte, el consumo de la UE durante la campaña 2020/2021 se redujo hasta los 1,47 millones de toneladas, mientras que en la campaña 2021/2022 se incrementará hasta las 1,5 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 ESPAÑOL

Los aceites de oliva son un productor, en el que la economía española presenta buen comportamiento exportador tanto en valor como en volumen. Siempre han estado en la lista de los cinco productos agroalimentarios más exportados y representan el 80% de las exportaciones y el 16% de las importaciones de todo el grupo de aceites.

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LOS ACEITES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Miguel Gallego, S.A. (Migasa) - Grupo *	950
Deoleo, S.A. Grupo (*)	703
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur) - Grupo *	680
Sovena España, S.A.*	600
DCOOP*	1021,16
Grupo Borges*	400
COOP.Jaencoop	231,91
Aceites Abril, S.L.	315,46
Urzante, S.L.	210,00
F.FAIGES. S.L.	160

FUENTE: ALIMARKET. AÑO 2021. (\*) Incluye la facturación de otras producciones.

### PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITUNA DE ALMAZARA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2019/2020	2020/2021	2021/2022
ANDALUCÍA	4.244,1	6.098,5	5.766,76
ARAGÓN	52,9	65	71,26
CASTILLA-LA MANCHA	327,3	659,96	576,982
CATALUÑA	164	164,3	176,18
COMUNIDAD VALENCIANA	122,8	128,7	118,95
EXTREMADURA	400	314,147	683,06
OTRAS CCAA	122	145	122,1
TOTAL ESPAÑA	5.433,5	7.576	7.515,2

Fuente: MAPA

### COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE ACEITE DE OLIVA (Miles de toneladas)

CAMPAÑA	2020	2021
EXPORTACIONES		
ACEITE DE OLIVA	1.132,1	1.061,87
IMPORTACIONES		
ACEITE DE OLIVA	250,6	188,2

Fuente: DATACOMEX. Datos anuales (la campaña va del 1 de octubre al 30 de septiembre)

El aceite español se vende principalmente a la Unión Europea, destacando Italia como principal destino de estas ventas. Aunque la diferencia se va acortando de año en año, todavía es bajo el porcentaje de aceites envasados en pequeños recipientes (menores de 5 litros) que se envían al exterior.

En España, la exportación de aceite de oliva durante la campaña 2020/2021 fue de 1.090.983 toneladas, según Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA). Asimismo, las importaciones de aceite en dicha campaña subieron hasta 181.124 toneladas. El grueso de las ventas fueron a parar a los países de la UE, pero sin embargo el volumen importado desde países terceros fue mayor que el comprado a países comunitarios.

Asimismo, en la campaña 2021/2022, las exportaciones (datos de octubre 2021 a mayo 2022) acumulaban ya 704.136 toneladas y las importaciones 148.917 toneladas, según AICA.

Por otra parte, en el año natural 2021 (no en la campaña oleícola), España exportó 1.061.870 toneladas, un volumen inferior en un 6,2% al del año anterior, según los datos del Ministerio de Comercio. Asimismo, ese año también se importaron 188.200 toneladas (un 25% menos que las compras del año 2020).

El valor de las exportaciones fue de 3.276,3 millones de euros (muy por encima del alcanzado un año antes), mientras que el de las compras quedó en 473 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 2020/2021 se compraron en países terceros un total de 167.500 toneladas de aceite, un volumen muy inferior al de la campaña anterior. Igualmente, exportó a países no comunitarios 804.000 toneladas, un volumen superior al de la campaña anterior, según datos del COI.

Por su lado, en la campaña 2021/2022 las importaciones previstas por el COI alcanzan las 210.500 toneladas. Por países, el que más aceite importa es Italia. Asimismo, las exportaciones previstas para esa campaña rondaban las 830.000 toneladas.

## PRODUCCIÓN MUNDIAL

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 el COI, la producción mundial de aceite de oliva en la campaña 2020/2021 descendió a algo más de 3 millones de toneladas lo que supuso un descenso de casi un 8% sobre la producción de la campaña precedente.

Por su lado, la producción de la campaña 2021/2022, se situó en casi 3,1 millones de toneladas, algo por encima de la producción de la campaña precedente. En el aumento de esta campaña tuvo mucho que ver la evolución de la producción en la Unión Europea.

## CONSUMO Y COMERCIO MUNDIAL

Por su lado, el consumo mundial de aceite en la campaña 2020/2021 descendió, rompiendo así la tendencia al crecimiento de campañas anteriores. De acuerdo con los datos del Consejo Oleícola Internacional (COI), se consumieron en el mundo 3,12 millones de toneladas, frente a los 3,26 millones de la campaña precedente. Por su lado, en la campaña 2021/2022, se consumirán unos 3,21 millones de toneladas, de las cuales 1,5 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 401.000 toneladas) y Turquía (1570.000 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 2020/2021, sin incluir los envíos intracomunitarios, alcanzó las 1,10 millones de toneladas, un volumen muy inferior al de la campaña anterior, de acuerdo con los datos del COI. Por su lado, en la campaña 2021/22 el mismo organismo estima que se incrementaran las ventas exteriores mundiales hasta los 1,19 millones de toneladas.

De las exportaciones totales en la campaña 2020/2021, el grueso correspondió a las ventas desde la Unión Europea a países terceros. Muy por detrás de la UE se situaron Túnez, con 170.000 toneladas y a mucha más distancia, países como Marruecos, Turquía, o Argentina.

En cuanto a las importaciones mundiales, en la campaña 2020/21 se produjeron compras por un volumen de 1,12 millones de toneladas (por debajo del nivel de la campaña precedente) y en la campaña 2021/22 se estima que las compras mundiales volverán a subir hasta los 1,21 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

**E**l 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 unos 2,5 millones de hectáreas del olivar, con 340 millones de olivos, lo que representa el 25% de la superficie mundial de olivar, que es asimismo la mayor superficie de olivar del planeta.

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.

En el año 2021, la exportación se disparó pero en la distribución nacional se redujeron las ventas y ganaron peso las marcas de distribuidor (MDD). 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

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

### PRINCIPALES COMERCIALIZADORES DE ACEITE DE OLIVA ENVASADO EN EL MERCADO NACIONAL

EMPRESA	Miles de Litros
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur)	51.500
Grupo Ybarra-Migasa	51.500
Urzante, S.L.	45.000
Deoleo, S.A. - Grupo	39.964
Sovena España, S.A	30.763
Mercaóleo, S.L.	21.000
Coop JaenCoop	20.203
Aceites Abril S.L	18.601
F. Faiges, S.L.	18.500
Coop. Oleoestepa	14.600

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021

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, 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 “decánter” 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.

nica 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 2021 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 2021 resultó muy inferior al de 2020, que fue el primer año de la pandemia provocada por la covid y el año en que hubo confinamiento.

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Como en años anteriores, las principales comercializadoras de aceite de oliva en España aumentaron sus ventas en volumen durante 2021. Las dos principales empresas comercializadoras superaron los 51 millones de litros vendidos en el mercado nacional, mientras que la tercera comercializó casi 46.000 millones de litros.

No obstante, a pesar del aumento en volumen del aceite comercializado, el valor de esas ventas fue notablemente más bajo que un año antes.

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 2021 ganaron posiciones con respecto al año anterior, en el que por otro lado las habían perdido.

Según datos de la consultora IRI, de las ventas totales de aceite de oliva en libreservicio (hipermercados y supermercados de más de 100 m<sup>2</sup>), correspondió a las MDD el 58,3% en volumen y el 54,2% 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 libreservicio, según datos de IRI.

En porcentaje, el primer grupo marquista representó en 2021 el 12,7% del volumen de aceite envasado ven-

dido en libre servicio y el 15,1% del valor total de las ventas; el segundo grupo llegó hasta el 8,6% y el 8,5% en valor, mientras que el tercero se situó en el 5,2% y el 4,7% respectivamente.

En cuanto a facturaciones, el primer grupo comercializador de aceite superó los 950 millones de euros en 2021, mientras que el segundo grupo llegó a los 703 millones. En el tercero y cuarto puesto se situaron dos grupos con facturaciones entre 600 y 680 millones de euros. En este sector es importante el peso de 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 2021, se consiguieron unas salidas exteriores récord, gracias a la retirada del arancel de Estados Unidos.

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.

Por su lado, el aceite de oliva español envasado es exportado a EE. UU., Francia, Portugal, Reino Unido, Australia y China como principales destinos. En el año 2021 se recuperaron las ventas a Estados Unidos y aumentaron a países como Canadá.

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.

En 2021, la principal empresa exportadora de aceite de oliva en nuestro país registró unas ventas en el exterior de 85.414 toneladas, mientras que la segunda alcanzó

las 80.000 toneladas y la tercera se sitúa en las 67.533 toneladas. Aunque todas incrementaron sus ventas, la segunda y la tercera lo hicieron más.

Las diez primeras empresas exportadoras sacaron al mercado exterior más de 434.000 toneladas de aceite envasado, un volumen muy superior al del año precedente. ■

## CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE OLIVA

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 357,5 millones de litros de aceite de oliva y gastaron 1.183,3 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 7,7 litros de consumo y 25,6 euros de gasto.

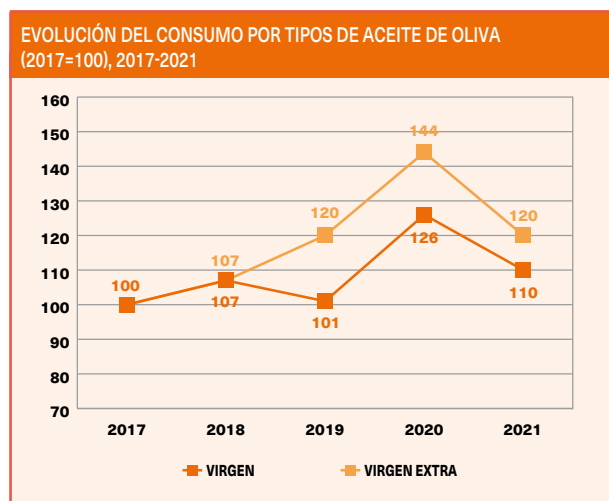
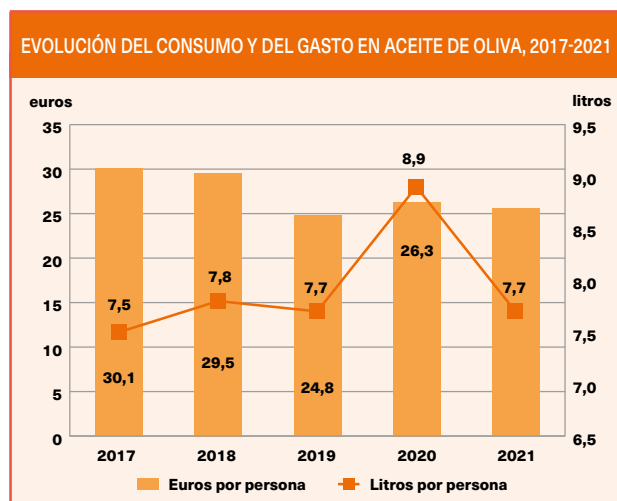
El consumo más notable se asocia al aceite de oliva no virgen (4,0 litros por persona y año), seguido del aceite de oliva virgen (3,7 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de oliva virgen concentra el 55,1%, con un total de 14,1 euros por persona, mientras que el aceite de oliva no virgen supone el 44,9% restante con un total de 11,5 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE OLIVA DE LOS HOGARES, 2021				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL ACEITE DE OLIVA	357,5	7,7	1.183,3	25,6
OLIVA VIRGEN	171,9	3,7	651,4	14,1
OLIVA VIRGEN EXTRA	139,0	3,0	543,3	11,7
RESTO ACEITE OLIVA	185,7	4,0	531,9	11,5

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de aceite de oliva se ha elevado 0,2 litros por persona aunque el gasto se ha reducido en 4,5 euros per cápita. En el periodo 2017-2021, 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 tuvo lugar en el ejercicio 2017 (30,1 euros por consumidor).

En la familia de aceite de oliva, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2017, 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 motivado por los efectos de la COVID-19.





## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

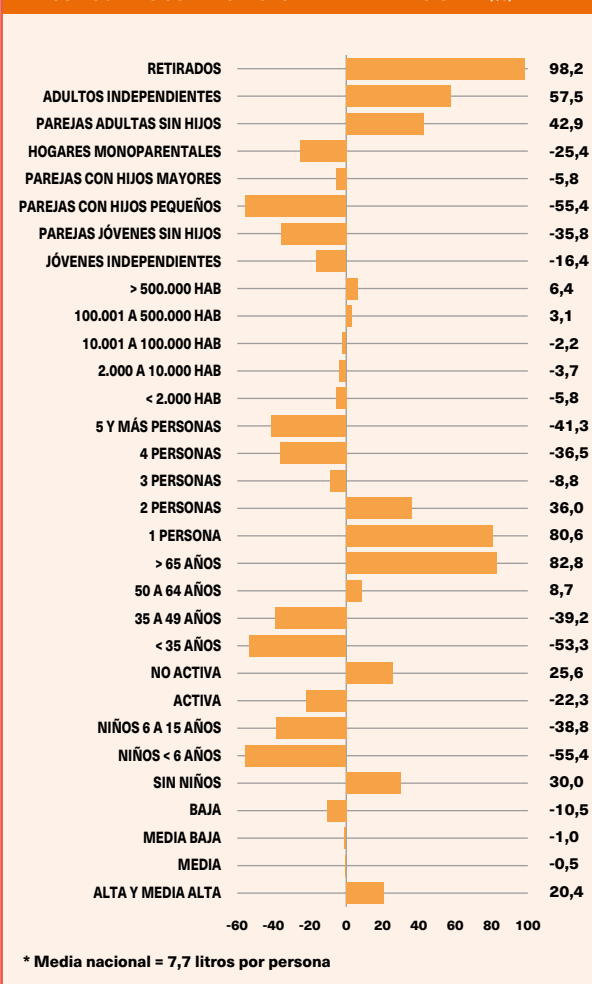
En términos per cápita, el consumo de aceite de oliva durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- 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, Navarra y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, la Región de Murcia, Castilla-La Mancha y la Comunidad Valenciana.

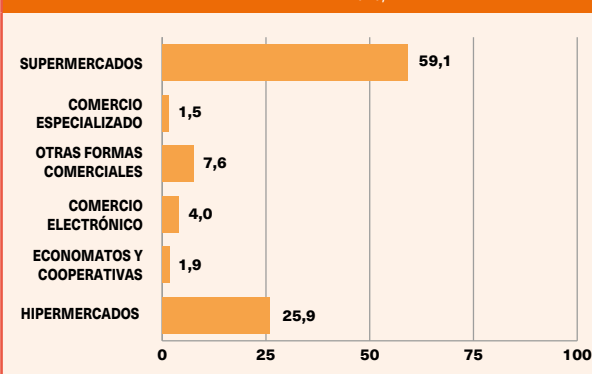
## CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceite de oliva a los supermercados (59,1% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 25,9%, mientras que el comercio electrónico representa el 4,0% y los economatos y cooperativas concentran el 1,9%. Los establecimientos especializados suponen el 1,5% y las otras formas comerciales acaparan el 7,6% 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 (%), 2021



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA

### ANDALUCÍA

#### DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ANTEQUERA \*  
 BAENA \*  
 ESTEPA  
 LUCENA \*\*\*\*  
 MONTES DE GRANADA \*  
 MONTORO-ADAMUZ  
 PONIENTE DE GRANADA \*  
 PRIEGO DE CÓRDOBA \*  
 SIERRA DE CÁDIZ \*  
 SIERRA DE CAZORLA \*  
 SIERRA DE SEGURA \*  
 SIERRA MÁGICA \*

### ARAGÓN

#### DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITE DEL BAJO ARAGÓN \*  
 ACEITE SIERRA DEL MONCAYO \*

#### MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

### BALEARES

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

OLI DE MALLORCA \*

### CASTILLA-LA MANCHA

#### DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITE CAMPO DE CALATRAVA \*  
 ACEITE CAMPO DE MONTIEL \*  
 ACEITE DE LA ALCARRIA \*  
 MONTES DE TOLEDO \*

#### MARCAS DE CALIDAD

ACEITE CAMPO DE HELLÍN  
 ACEITE VALLE DE ALCUDIA  
 ACEITE DE LA ASOCIACIÓN SIERRA DE ALCARAZ

### CATALUÑA

#### DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

LES GARRIGUES \*  
 SIURANA \*  
 OLI DE TERRA ALTA \* (ACEITE DE TERRA ALTA)  
 OLI DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ \* (ACEITE DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ)  
 OLI DE L'EMPORDÀ (ACEITE DEL EMPORDÀ) \*

### COMUNIDAD VALENCIANA

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ACEITE DE LA COMUNITAT VALENCIANA \*

### EXTREMADURA

#### DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITE MONTEARRUBIO \*  
 GATA-HURDES \*

#### PRODUCCIÓN INTEGRADA

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

### LA RIOJA

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ACEITE DE LA RIOJA \*

### MADRID

#### MARCA DE GARANTÍA

ACEITE DE MADRID

### MURCIA

#### MARCA DE GARANTÍA

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

#### PRODUCCIÓN INTEGRADA

OLIVO

### NAVARRA

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ACEITE DE NAVARRA \*

### PAÍS VASCO

#### EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA



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

## Aceite Campo de Calatrava

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



### ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción se encuentra situada al sur de Castilla-La Mancha y ocupa la zona central de Ciudad Real, abarcando 16 términos municipales como Almagro, Calzada de Calatrava, Granatula de Calatrava y Miguelturra.

**CARACTERÍSTICAS:** Es un aceite de oliva virgen extra obtenido del fruto del olivo de las variedades Cornicabra y Picual, con colores variables según campañas y los momentos de recolección, pudiendo oscilar entre verdes intensos y verdes amarillos, dando un sabor afrutado complejo e intenso. Las percepciones de amargo y picante en boca son apreciables y equilibradas, y además presenta una marcada presencia a frutos verdes de aceituna, manzana y otras frutas frescas.

**DATOS BÁSICOS:** Con una superficie de 22.073 hectáreas de olivar, la producción media anual es de 5,2 millones de kilos de aceite.

## Aceite Campo de Montiel

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción abarca una superficie de olivar de casi 48.375 hectáreas, repartidas entre 26 términos municipales de las comarcas agrarias de Mancha, Pastos y Campo de Montiel de la provincia de Ciudad Real, en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites amparados son elaborados a partir de aceitunas de distintas variedades de olivo, destacando la Cornicabra, Picual, Manzanilla y Arbequina. El resultado de la mezcla natural de los zumos obtenidos proporciona unos aceites con un máximo de acidez de 0,5 grados, muy estables y resistentes al enranciamiento, presentando aromas en intensidades considerables de frutado verde o maduro (manzana, tomate y otras frutas) destacados y equilibrados, amargos y picantes, que confieren a los aceites un carácter propio.

**DATOS BÁSICOS:** La producción de la Denominación es de 75 millones de kilos de aceituna, lo que supone una media de 16 millones de litros de aceite anuales, de los que 500.000 litros están en vías de calificación con la propia Denominación de Origen Protegida.

## Aceite del Bajo Aragón

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



### ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción amparada ocupa 37.000 hectáreas que se distribuyen entre 77 municipios de las provincias aragonesas de Teruel y Zaragoza.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites vírgenes extras producidos en esta zona se elaboran a partir de la variedad principal Empeltre –en una proporción mínima del 80%–, a la que se añaden otras variedades como la Arbequina y la Royal. Los aceites resultantes son de color amarillo con matices que oscilan entre el dorado y el oro viejo, de gusto frutado al principio de la campaña, con ligeros sabores almendrados, sin amargor y tirando a dulce y ligeramente picante.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador se encuentran registradas 32 almazaras y 4 empresas envasadoras que producen y comercializan una media anual de 2,2 millones de litros de aceite virgen extra. Se exporta el 10% aproximadamente.

## Aceite de la Alcarria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción, elaboración y envasado de la Denominación de Origen Protegida comprende 95 términos municipales de la provincia de Guadalajara y 42 de la provincia de Cuenca, al noreste de la Comunidad Autónoma de Castilla-La

Mancha. Acoge 28.335 hectáreas de olivar y casi 4 millones de olivos.

**CARACTERÍSTICAS:** La Denominación protege el aceite de oliva extra obtenido del fruto del olivo de la variedad local Castellana (Verdeja). El color predominante es verde limón, más o menos intenso dependiendo del momento de la recolección y del grado de madurez de la aceituna. Desde el punto de vista organoléptico, los aceites de esta variedad son muy frutados y aromáticos, rotundos en su color a hoja, en los que se entremezclan sabores a hierba, avellana o plátano, a veces con sabor picante en boca.

**DATOS BÁSICOS:** La producción media de la Denominación es de 7,5 millones de kilos de aceituna, con una previsión para este año de 10 millones de kilos, con ocho almazaras que producen y comercializan el aceite amparado en el mercado local.

## Aceite Monterrubio

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 monovarietales (Hojiblanco y Arbequino) y los coupages Selección y Multivarietal. Todos ellos, de recolección temprana y elaborados en frío.

En líneas generales, el aceite de oliva virgen extra amparado por la D.O.P. Estepa es equilibrado en sus intensidades de amargo y picante, presenta sabores y aromas de fruta fresca y/o madura, y gracias a sus diferentes variedades ofrece alternativas que se adaptan a cualquier consumidor exigente.

**DATOS BÁSICOS:** La Denominación de Origen Estepa, que aglutina a más de 4.500 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 2.000 productores, 20 almazaras y envasadoras. Durante la campaña anterior, la producción alcanzó unos 3,6 millones de kilos de aceite, de los cuales 1,6 millones de kilos corresponden a aceite de oliva virgen extra amparado por la DOP Les Garrigues.

## Gata-Hurdes

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:**

El ámbito de producción de aceite de oliva virgen extra con Denominación de Origen Protegida se extiende sobre una extensión de 30.300 hectáreas de olivares distribuidas entre 84 municipios de las comarcas naturales de la Sierra de Gata, Hurdes, Tierras de Trasierra de Granadilla, Ambroz, Jerte y La Vera, en Cáceres.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites producidos se realizan exclusivamente a partir de la variedad autóctona Manzanilla 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.

## Montoro-Adamuz

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie amparada por la Denominación cubre 55.000 hectáreas de olivar, repartidas entre 7 términos municipales situados en pleno corazón de Sierra Morena, en la provincia de Córdoba.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades principales autorizadas son Picual (Nevadillo blanco) y Nevadillo negro, que producen aceites muy específicos, y en menor proporción se presentan otras como Picudo, Lechín y Carrasqueño. Los aceites de oliva virgen extra de la comarca amparada tienen un alto contenido en polifenoles y agentes antioxidantes naturales, además de una alta resistencia a la termo-oxidación. Presentan un color claro, en tonos que pueden oscilar a verdosos amarillentos según el grado de maduración de la aceituna al recolectarse, con una gran complejidad aromática, gran cuerpo y un característico picor y amargor con intensidad media.

**DATOS BÁSICOS:** Están registradas en el Consejo Regulador 5 almazaras, 8 marcas y 4 empresas envasadoras que producen 100 millones de kilos de aceituna y 19 millones de kilos de aceite virgen extra al año.

## Oli de l'Empordà

(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 Desvallés, Flaçá, Madremanya y Llagostera) y el Pla de l'Estany (Crespiá, Esponellá y Vilademuls), en la provincia de Girona.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites protegidos por la DOP Aceite de l'Empordà son aceites de oliva vírgenes extra elaborados con las variedades autóctonas "Argudell", "Curivell" y "Llei de Cadaqués" y la variedad tradicional "Arbequina". Se consideran variedades principales la "Argudell" (mínimo del 51%), que le da su personalidad sensorial, y la "Arbequina". La suma de ambas supone más del 95%. Son aceites equilibrados de frutado verde de intensidad media. En boca, presentan un amargo y picante de tipo medio. Son aceites con aromas que normalmente recuerdan a la hierba acabada de cortar y/o a nueces; también pueden aparecer aromas de frutas exóticas, frutas verdes o alcachofa, así como presentar una sensación final de almendra en boca.

**DATOS BÁSICOS:** En los registros del Consejo Regulador figuran inscritos 800 hectáreas, 300 agricultores y 4 almazaras. La producción media anual es de 150 toneladas de aceite amparado por la DOP.

## Oli de Mallorca

(Aceite de Mallorca)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación de Origen Aceite de Mallorca ampara una superficie de 1.647 hectáreas de olivares que se extienden a todos los municipios de la isla de Mallorca. El 90%

de las plantaciones tiene una antigüedad de 500 años.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites vírgenes extra de Mallorca permiten tres variedades: Mallorquina, Arbequina y Picual. Se diferencian dos tipos de aceites en función principalmente del momento de la recolección de las aceitunas; aceite "afrutado", que procede de la recolección más temprana, con atributos de amargor y picante, de color amarillo verdoso, y el aceite dulce, que procede de la aceituna más madura, con características de dulzor o suavidad, presenta un color del amarillo paja al amarillo oro.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritos 532 productores, 7 almazaras y 13 envasadoras que producen 252.450 litros de aceite, de los que han comercializado 175.541 litros con Denominación de Origen Protegida.



## Oli de Terra Alta

(Aceite de Terra Alta)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción se extiende sobre 12 municipios de la comarca de Terra Alta, y 3 municipios de la comarca de la Ribera d'Ebre.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites de oliva virgen extra amparados se elaboran a partir de la variedad principal de esta zona que es la Empeltre, a la que se añaden otras variedades como la Arbequina, Morruda y Farga. Los aceites resultantes presentan una acidez máxima de 0,5 grados, color amarillo con matices que van desde el amarillo pálido al amarillo viejo, de gran estabilidad y con connotaciones aromáticas que recuerdan a la almendra y a la nuez verde.

**DATOS BÁSICOS:** El Consejo Regulador tiene registrados 3.100 hectáreas, 2.200 productores, 9 almazaras y 20 envasadoras-comercializadoras. En las últimas campañas la producción anual media es de cerca de 750.000 kilos de aceite amparado por la DOP.

## Oli del Baix Ebre-Montsià

(Aceite del Baix Ebre-Montsià)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de esta DOP abarca 49.000 hectáreas de olivares distribuidas en 14 términos municipales de la comarca del Baix Ebre y 12 términos municipales de la comarca del Montsià, ambos de la provincia de Tarragona.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites producidos en esta Denominación se elaboran con las variedades Morruda, Sevillena y Farga, considerándose como principal cualquiera de ellas. El aceite de oliva resultante varía del color amarillo verdoso hasta amarillo dorado, de sabor frutado al principio de la campaña y ligeramente dulce al final.

**DATOS BÁSICOS:** La superficie inscrita en el Consejo Regulador es de 12.000 hectáreas, con un número de productores inscritos de 3.300, 11 almazaras y 5 plantas envasadoras-comercializadoras. La producción total es de 108.000 kilos amparados por la DOP.

## Poniente de Granada

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** Abarca 71.000 hectáreas de 16 municipios de la comarca del Poniente de Granada, cuyos municipios principales son Algarinejo y Alhama de Granada.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites son multivarietales, procedentes de la combinación de al menos tres de las siguientes variedades: Hojiblanca, Picual, Picudo, Lucio o Illo-riño, 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 6.704 agricultores, 11 almazaras 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 25% se destina a la exportación.

## Sierra del Moncayo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción se encuentra situada al oeste de Aragón, ocupando el noroeste de la provincia de Zaragoza formando una unidad

morfológica, geográfica e histórica homogénea que comprende las comarcas de Tarazona y el Moncayo y Campo de Borja, con más de 2.500 hectáreas de olivo para un total de 34 municipios.

**CARACTERÍSTICAS:** La valoración olfativa de los aceites virgen extra de Sierra del Moncayo presenta aromas claramente perceptibles afrutados de aceituna verde o madura y a frutos secos, asegurando un producto final multivarietal con propiedades propias y únicas. Son aceites equilibrados, destacando la armonía del sabor amargo y picante. Agradables en boca y fáciles de tomar.

**DATOS BÁSICOS:** El Consejo Regulador cuenta con alrededor de 2.200 pequeños agricultores y 5 cooperativas, que producen una media anual que supera los 4,5 millones de kilos de aceituna que se traducen en 1 millón de litros de aceite, del cual se destina un 25% para certificar como DO.

## Sierra de Cádiz

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie protegida por esta Denominación de Origen Protegida es de 20.854 hectáreas de olivares que se localizan en 8 municipios de la provincia de Cádiz y 4 municipios de la provincia de Sevilla.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites vírgenes extra se elaboran a partir de la variedad principal de esta zona de producción que es la Lechín, a la que se añaden otras variedades como la Arbequina, Alameño de Montilla, Hojiblanca, Manzanilla, Picual, Verdial, y Lechín de Sevilla, considerada la principal denominación, lo que da como resultado unos aceites de oliva virgen extra con una acidez máxima de 0,8 grados, color variable entre el amarillo dorado y el verde intenso, de gran estabilidad y de un amargor levisimo en boca.

**DATOS BÁSICOS:** Están registradas en el Consejo Regulador 8 almazaras y 8 empresas envasadoras que producen 5 millones de kilos de aceite virgen extra al año, según campañas, lo que supone el 85% de toda la provincia de Cádiz.

## Sierra de Cazorla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de los aceites amparados por la DOP Sierra de Cazorla abarca los términos municipales de Cazorla, Chilluévar, Hinojares, Huesa, La Iruela, Peal de Becerro, Pozo Alcón, Quesada y Santo Tomé, con un total de superficie de olivar de 37.500 hectáreas, enclavados en el entorno del Parque Nacional de la Sierra de Cazorla, en la provincia de Jaén.

**CARACTERÍSTICAS:** Son necesariamente de las variedades Picual o Royal. Son aceites de oliva virgen extra de un verdor amarillento; de un intenso frutado de aroma fresco a hierba verde (césped, heno), agradable olor a “alloza”, sabor a fruto fresco (manzana, almendra e higuera), ligero en su amargor y suave en su picor. Los aceites obtenidos de la variedad Royal son de altísimo valor y su principal característica organoléptica es el frutado fresco y dulce aroma.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritas 13 entidades, que producen unos 30 millones de kilos de aceite de oliva virgen. La comercialización con DOP es aproximadamente de 5 millones de kilos anuales y se venden en envases de pet, vidrio o metálicos.

## Sierra de Segura

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



### ZONA GEOGRÁFICA:

La Denominación de Origen Sierra de Segura ampara una superficie de 42.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre 14 municipios localizados en la zona nororiental de la provincia de Jaén.

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.

comprende 15 municipios radicados en la parte central de la zona sur de la provincia de Jaén.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites vírgenes extra se elaboran básicamente a partir de la variedad de aceituna Picual, que representa el 99% del olivar plantado. El aceite resultante de esta variedad es de color variable entre el amarillo dorado y el verde intenso, con una acidez inferior a 0,5°, de gran estabilidad y ligero amargor y sabor a verde hierba, tomate e higuera.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritas 29 almazaras y 29 empresas envasadoras, las cuales producen una media anual de 140 millones de kilos de aceituna y 33 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra, según campañas. La comercialización media anual de aceite de oliva virgen extra protegido por la Denominación de Origen Protegida es de 1,8 millones de kilos.

## Siurana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



### ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción se extiende sobre una superficie que alcanza casi 12.000 hectáreas de olivar, en 7 comarcas de la provincia de Tarragona.

**CARACTERÍSTICAS:** Los aceites vírgenes se elaboran básicamente a partir de la variedad Arbequina y en menor proporción con Royal y Morrut. Se establecen dos tipos de aceites vírgenes extra, según el momento de la recolección: Frutado, procedente de una recolección más temprana, de color verdoso, más cuerpo y sabor almendrado amargo, y Dulce, de recolección más tardía, de color amarillo, más fluido.

**DATOS BÁSICOS:** En el consejo regulador están inscritos 6.000 oleicultores, 28 almazaras y 32 empresas envasadoras que produjeron más de 6 millones de kilos de aceite amparado por la DOP Siurana. El 20% de la producción se destinó a la exportación.



## ACEITUNA DE MESA

**E**l 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 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, tanto por producción, como por comercialización, los mercados mundiales.

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, 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., 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 elabora-

ción 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 Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), España contaba en 2021 con 2.770.2425 hectáreas de olivar, un 0,7% más que en el año anterior. De esta cifra total, 76.771 hectáreas eran olivares destinados en exclusiva a producir aceituna de mesa (un 1,1% menos que en 2020); 120.319 hectáreas eran olivares de doble aptitud (aceituna de mesa y de almazara) y el resto de la superficie (2.573.334 hectáreas) eran olivares destinados a la producción de aceite (un 0,7% más que en un año antes). Más del 60% de esta superficie eran olivares de regadío y el resto de secano.

El olivar destinado a la producción de aceituna de mesa se encuentra principalmente en Andalucía (87% del total) y Extremadura (11%).

También 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 de olivar testimoniales.

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, o lo que es lo mismo, pueden destinarse al consumo directo o bien a la producción de aceite.

## PRODUCCIÓN NACIONAL

La aceituna de mesa es un producto español que lidera los mercados internacionales. Para este sector, 2021 estuvo marcado no sólo por la pandemia, sino también por los efectos del “brexit” y por los aranceles impuestos por Estados Unidos a las importaciones.

En la campaña 2020/2021 la producción nacional de aceituna de mesa fue de alrededor de 546.000 toneladas, según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA). Este volumen resultó un 20% superior al de la anterior campaña. Por su lado, en la campaña 2021/2022, la producción de aceituna de aderezo aumentó también hasta algo más de 659.400 toneladas. Dicha campaña arrancó el 1 de septiembre de 2021 con unas existencias de 349.130 toneladas (un 8% más que un año antes) y llegó a primeros de junio de 2022 con un “stock” final de 590.279 toneladas, en su mayoría correspondientes a las variedades hojiblanca (42% del total) y manzanilla (35%).

## PRODUCCIÓN POR REGIONES

A nivel nacional, Andalucía es la región con mayor superficie de olivar destinado a la producción de aceituna de mesa. Anualmente produce cerca del 77% 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. Otras regiones con una importante producción de aceituna de mesa son Extremadura, Murcia, Aragón, Castilla-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 de ASEMESA (Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceitunas de Mesa), las exportaciones de la aceituna de mesa española crecieron un 3,4 % en 2021 tras pasar de los 303,6 a 313,9 millones de kilos. Las exportaciones representan aproximadamente el 70% de la facturación del sector, de ahí que su evolución tenga mucha trascendencia en el conjunto del sector.

Por zonas geográficas, un año más sobresalió como destino de las exportaciones españolas la Unión Europea, con 133,5 millones de kilos (un 8,6% más que en 2020). Asimismo, dentro de la UE destacaron por sus compras Italia (31,6 millones de kilos), Francia (23,8 millones), Portugal (22 millones), Alemania (20,8 millones) y Polonia (10,9 millones).

Por su lado, en la zona de Norteamérica (que agrupa a Estados Unidos, Canadá y México) se produjo una caída del 9,7% en su conjunto y las ventas fueron de 69,8 millones de kilos. El grueso de esas ventas fueron a Estados Unidos (54,5 millones de kilos, un 10,2% menos que el año anterior como consecuencia, fundamentalmente, de los gravámenes arancelarios que sigue sufriendo la aceituna negra).

Asimismo, en la zona de los Países Árabes también se produjo una caída de las ventas de aceituna de mesa (un 7%, hasta los 28,8 millones de kilos) cuya causa fue la bajada de las compras de Arabia Saudí fundamentalmente.

En la zona de Países del Este y Balcánicos aumentó sin embargo las exportaciones (un 13,2%, alcanzando los 28,7 millones de kilos), destacando Rusia y Ucrania como los principales destinos. Por su lado, en la zona de Centro y Sudamérica también creció la exportación de aceitunas, alcanzando los 15 millones de kilos. En este mercado destacó el aumento registrado en Brasil y Chile. Finalmente, en la zona formada por el “resto de

países” que no se incluyen en las zonas mencionadas, aumentaron las exportaciones un 7,5% hasta los 38 millones de kilos. En este grupo de países destacaron las ventas al Reino Unido, que crecieron un 5,5%.

## PRODUCCIÓN MUNDIAL Y COMUNITARIA

De la superficie total de olivar que hay en el mundo (unos 10 millones de hectáreas), más de un millón de hectáreas se dedica a la producción de aceitunas de mesa.

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 2020/2021 ascendió a cerca de 848.000 toneladas, un volumen superior en un 9,8% al de la campaña precedente, según los datos del Consejo Oleícola Internacional (COI). Para la campaña 2021/2022, las previsiones de este organismo cifraron la producción en 896.200 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 (165.000 toneladas, 65.000 toneladas menos que en la campaña precedente, que fue muy buena para la producción de aceituna de mesa en el país heleno).

El tercer país en producción es Italia, con 58.900 toneladas en la campaña 2021/2022 (unas 9.000 más que en la campaña anterior) 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 2020/2021, el consumo se situó, según el COI, en 553.500 toneladas (volumen muy inferior al de la campaña anterior) y en la campaña 2021/2022, la cifra subió a 578.500 toneladas. España es el primer país de la Unión Europea en consumo de aceituna, seguido de Chipre, Malta y Grecia.

En España según el Panel de Consumo Alimentario, que publica el Ministerio de Agricultura, el consumo en los hogares de aceitunas de mesa se redujo un 5,6% en valor y un 6,5% en volumen. El consumo doméstico superó los 124,1 millones de kilos y el consumo per cápita quedó en 2,68 kilos.

El consumo en los hogares supone alrededor del 75% del consumo total de aceituna de mesa y el resto es consumo en hostelería y restauración.

## PRODUCCIÓN MUNDIAL

La producción media mundial 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 2020/2021, la producción mundial descendió a cerca de 2,66 millones de toneladas, un volumen inferior en un 10% al de la campaña precedente, según los datos del Consejo Oleícola Internacional (COI). Para la campaña 2021/2022, las previsiones de este organismo cifraban la producción en 2,84 toneladas.

Además de la UE, primer productor mundial, destacaron en la campaña 2021/2022 por su producción países como Egipto (500.000 toneladas), Turquía (402.000 toneladas) y Argelia (326.500 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 2020/2021 se consumieron en el mundo algo más de 2,7 millones de toneladas, frente a los 2,9 millones de la anterior. Para la campaña 2021/2022, el COI estimó un crecimiento del consumo de aceitunas, pero poco importante. Así, sus pronósticos situaron el consumo total en 2,73 millones de toneladas.

Egipto ha sido el país con mayor consumo en las dos últimas campañas. En la 2021/2022, las estimaciones del COI apuntaban a que se consumieron en este país 420.000 toneladas de aceitunas, frente a las 578.500 toneladas de todos los países de la UE. Por detrás se situaron Turquía (335.000 toneladas) y Argelia (323.000 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 184.500 toneladas para la campaña 2021/2022, unas 10.000 toneladas por encima de la anterior. 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 2020/2021, sin incluir los envíos intracomunitarios, alcanzó las 670.000 toneladas (peso neto escurrido), un volumen superior al de la campaña anterior en 19.000 toneladas. Asimismo, en la campaña 2021/2022 las previsiones del COI apuntan a que se exportaron a nivel mundial 644.000 de toneladas.

España es el primer país exportador de aceituna de mesa del mundo, seguido a gran distancia por Egipto, Marrue-

cos, Turquía, Grecia, Argentina, Perú, Siria, Portugal y Estados Unidos.

De las exportaciones totales en la campaña 2020/2021, 317.000 toneladas correspondieron a las ventas desde la Unión Europea (sin tener en cuenta los intercambios intracomunitarios). Para la campaña 2021/2022 el COI estimó una exportación de 300.000 toneladas en el caso de la UE.

En cuanto a las importaciones mundiales de aceituna de mesa, en la campaña 2020/2021 se estimaron (datos del COI) en 704.500 toneladas y en la 2021/2022, en 665.500.

Pese a todos los problemas comerciales, Estados Unidos es el país del mundo que más aceituna de mesa importa. En la campaña 2020/2021 compró en el exterior 159.000 toneladas, pero en la 2021/2022 rebajó ese volumen hasta las 140.000 toneladas, de acuerdo con los datos del COI. ■

# ACEITUNAS DE MESA

**E**l 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 producción nacional, que es la primera a nivel mundial con el 20% del total, rondó en la campaña 2021/2022 las 657.700 toneladas, de las cuales un 77% eran andaluzas.

De todo el sector, las que mejor comportamiento tuvieron en este año fueron el grupo "otras aceitunas", pues tanto las envasadas con hueso, como las envasadas sin hueso y las envasadas rellenas registraron descensos importantes con respecto al consumo del año anterior.

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

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ACEITUNAS DE MESA	
EMPRESA	VENTAS (Mill. €)
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	206,1
Aceitunas Cazorla, S.L	150
Aceitunas Guadalquivir, S.L	140
Agro Sevilla Aceitunas Soc. Coop. And. - Grupo *	140
DCOOP. Aceitunas de mesa.	96,85
La Española Alimentaria Alcoyana, S.A	68
Olives And Pickes, S.L	52
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U. (*)	250,59
Cándido Miró, S.A	40
Manzanilla Olive S.C.A (*)	80

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021 \* Incluye la facturación de otras producciones. (1) Estimación sector aceituna

valor generado por este subsector a efectos del Producto Interior Bruto (PIB). Más concretamente, ASE-MESA 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.

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), en la campaña 2021/2021 había en España 419 instalaciones dedicadas al entamado de la aceituna.

Por regiones, 53% de estas empresas se encontraba en Andalucía; el 25% en Extremadura; el 8% en Aragón; el 3% en Cataluña y el 3% en Murcia. El resto de las entamadoras se distribuía por varias regiones.

Además de las entamadoras, el sector industrial también se compone de instalaciones dedicadas al envasado. En la campaña 2021/2022 estaban registradas 278 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 2021 un total de 206 millones de euros. 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 150 millones de euros de facturación. Igualmente, también el grueso de las ventas son exportaciones. Por su lado, el tercer grupo empresarial del sector facturó por valor de 140 millones de euros. En el ranking de las 10 principales empresas quedaron por debajo de éstas otras siete con facturaciones de entre 97 y 40 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 el año 2021, los envíos españoles de aceituna de mesa (incluidos los realizados a la Unión Europea), totalizaron 313.930 toneladas (peso neto escurrido), lo que supuso un aumento de algo más del 3,4 %, según datos de la Dirección General de Aduanas.

España exporta aceitunas a más de 180 países. El grueso de las exportaciones españolas de aceituna de mesa se dirigieron a la UE. En 2021 se enviaron el 43 % del total exportado, pues las ventas aumentaron

un 8,6% con respecto al año anterior. El valor de estas ventas alcanzó los 297 millones de euros.

Por detrás de la UE se situaron las exportaciones a Norteamérica, que se redujeron un 9 % hasta llegar a 69.801 toneladas.

El tercer destino de la aceituna de mesa española son los Países Árabes (28.819 toneladas en 2021, un 7 % menos que un año antes) y el cuarto, los países del Este y Balcánicos (28.759 toneladas, un 13,2 % más).

Finalmente, se produjeron envíos de aceituna a Centroamérica y Sudamérica (15.001 toneladas, un 23,8 % más que en 2020) y también se exportaron aceitunas a otros países no incluidos en estos grupos, por un volumen de 38.009 toneladas en 2021.

En cuanto a las importaciones de aceitunas de mesa, lo cierto es que son muy poco relevantes y se sitúan en torno a unas 5.000 toneladas anuales. La principal partida es la formada por las aceitunas griegas de Kalamata, aunque también se reciben algunos envíos provenientes de Marruecos y, en ocasiones, de Argentina. ■



## CONSUMO Y GASTO EN ACEITUNAS

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 124,2 millones de kilos de aceitunas y gastaron 373,6 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 2,7 kilos de consumo y 8,1 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las aceitunas envasadas rellenas (1,1 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 35,3% del gasto, con un total de 2,9 euros por persona, seguido por las aceitunas envasadas con hueso, con un porcentaje del 23,5% y un total de 1,9 euros por persona al año.

### CONSUMO Y GASTO EN ACEITUNAS DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL ACEITUNAS	124,2	2,7	373,6	8,1
ACEITUNA ENVASADA CON HUESO	34,6	0,7	87,3	1,9
ACEITUNA ENVASADA SIN HUESO	22,7	0,5	58,3	1,3
ACEITUNA ENVASADA RELLENA	48,8	1,1	132,1	2,9
RESTO ACEITUNAS	18,1	0,4	95,9	2,1





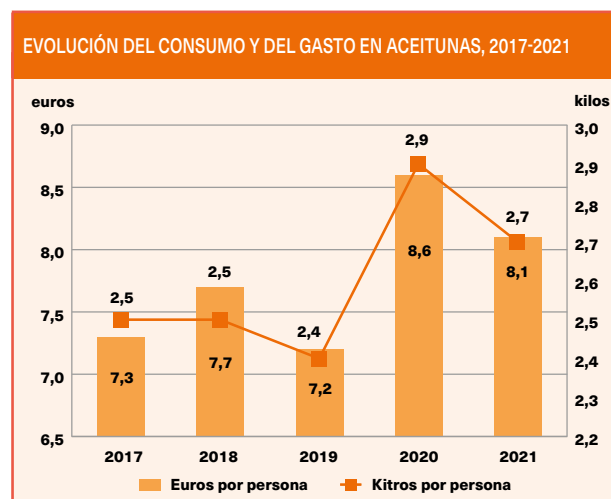
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de aceitunas durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

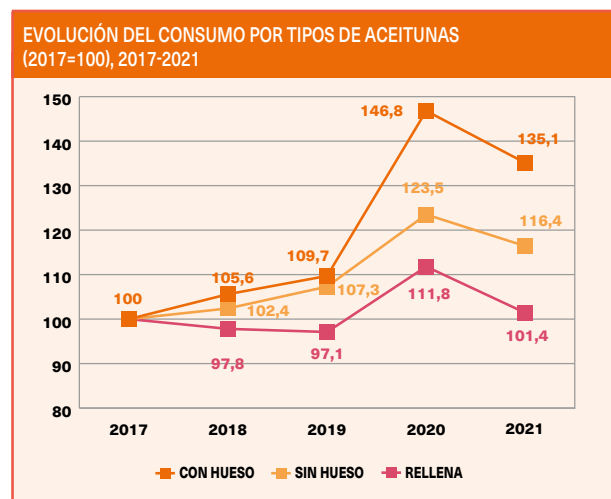
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de aceitunas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- 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 entre 10.000 y 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, los hogares monoparentales, y las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Aragón, País Vasco y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Galicia y Castilla-La Mancha.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

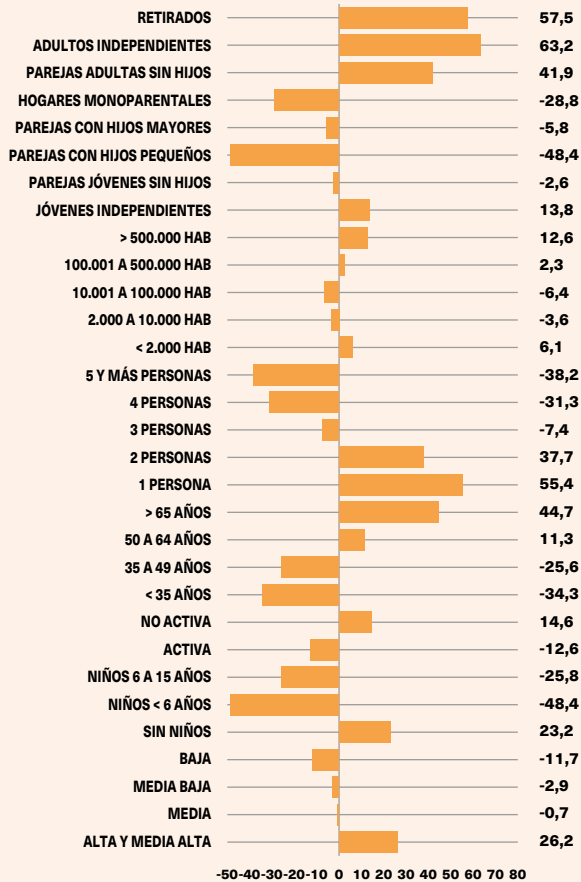
Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto de aceitunas ha crecido ligeramente aunque en el ejercicio 2020 se produce un incremento notable por los efectos de la COVID-19. En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (2,9 kilos), también el mayor gasto tuvo lugar en ese ejercicio 2020 (8,6 euros por consumidor).



En la familia de aceitunas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 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 2017, el consumo de todos los tipos de aceitunas ha aumentado.



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

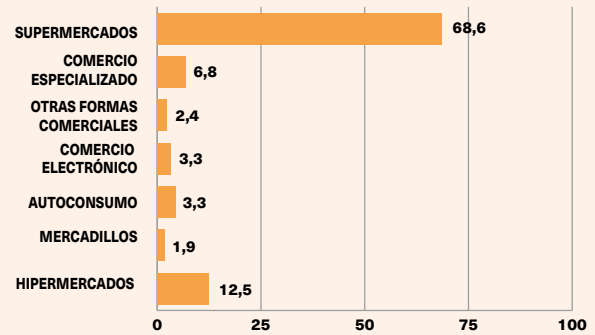


\* Media nacional = 2,7 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceitunas a los supermercados (68,6% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 12,5% y los establecimientos especializados llegan al 6,8%. El autoconsumo representa una cuota del 4,5%, los mercadillos acaparan el 1,9% y el comercio electrónico representa un 3,3%. Otras formas comerciales suponen el 2,4% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ACEITUNAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021



## CONSUMO Y GASTO EN ENCURTIDOS

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 28,8 millones de kilos de encurtidos y gastaron 98,9 millo-

nes 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, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL ENCURTIDOS	28,8	0,6	98,9	2,1

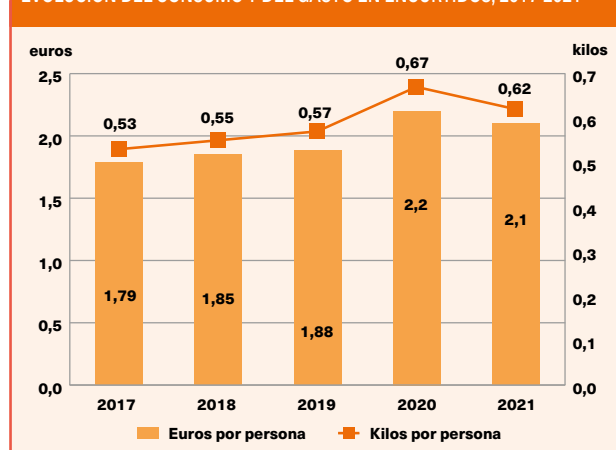
## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de encurtidos ha subido 0,09 kilos por persona y el gasto también se ha elevado durante el último año (subida de 0,3 euros). En el periodo 2017-2021, 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.

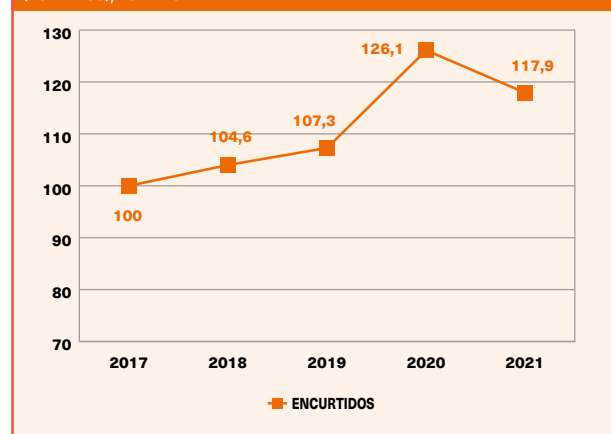
En el periodo 2017-2021 y respecto a la demanda de 2017, el consumo de encurtidos ha seguido una tendencia ascendente, produciéndose un pequeño descenso en el ejercicio 2017 pero que se ha recuperado durante los últimos años especialmente en el 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 ajustándose a la baja, finalmente, en el año 2021.



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ENCURTIDOS, 2017-2021



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ENCURTIDOS (2017=100), 2017-2021



## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

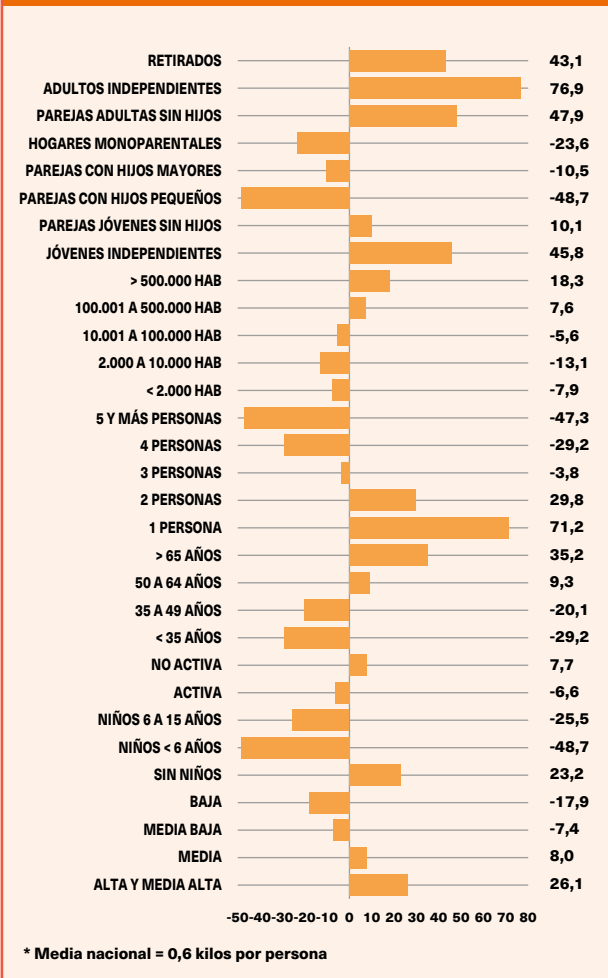
En términos per cápita, el consumo de encurtidos durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- 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, País Vasco y Navarra presentan los mayores consumos de encurtidos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Canarias, Andalucía y Galicia.

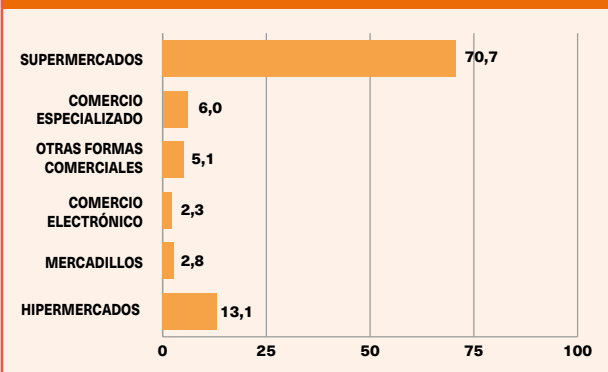
## CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de encurtidos a los supermercados (70,7% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 13,1% y los establecimientos especializados llegan al 6,0%. Los mercadillos representan el 2,8%, el comercio electrónico el 2,3% y otras formas comerciales el 5,1% 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 (%), 2021



## 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. El uso principal de esta producción es la elaboración de piensos destinados a la alimentación animal y los principales países productores son Brasil y Argentina.

Además de la colza, también son importantes la colza y el girasol. El girasol es una planta de la familia de las compuestas, cuyo origen se cree que está en Norteamérica; la colza es originaria de Europa y la soja, que es la gran abastecedora de proteína vegetal del mundo, procede de Asia.

Al margen de estos tres grandes cultivos, también se consideran oleaginosas la palma (de la que se obtiene aceite), el maní y el lino, que también se utiliza en la industria textil.

El aceite de soja es el de mayor producción mundial, seguido del aceite de palma, colza y girasol. Estos aceites de semillas oleaginosas cubren la demanda mundial, junto con el aceite de oliva y las grasas animales. La gran ventaja de los aceites de semillas oleaginosas es que además de grasas producen también proteínas.

## OLEAGINOSAS EN ESPAÑA

Las principales 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 producción de la Unión Europea, con cuotas que van desde el 10% en el caso del girasol, al 0,4% en el de la colza.

La campaña de comercialización de estos 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 2021 un retroceso en volumen de su producción del 9,5% y una espectacular subida de precios de 32,5%.

### PRINCIPALES PRODUCCIONES OLEAGINOSAS EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2019	2020	2021
GIRASOL	788,2	883,1	767,1
SOJA	5,1	4,5	4,8
COLZA	144,1	195	216,5
TOTAL	922,8	1.082,6	988,4

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

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

	2019	2020	2021
MUNDO	54.717	49.250	57.380
UE	10.244	9.076	10.335
ESPAÑA	788,2	883,1	767,1

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

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

CCAA	2020	2021
ANDALUCÍA	337,28	270,62
ARAGÓN	20	15,1
CASTILLA-LA MANCHA	133,32	122,15
CASTILLA Y LEÓN	358,27	330
CATALUÑA	5,6	4
COMUNIDAD VALENCIANA	0,8	0,7
EXTREMADURA	12,8	10,4
LA RIOJA	2,5	2,2
MADRID	1	1
NAVARRA	7,7	7,6
PAÍS VASCO	3,1	3,1
OTRAS CCAA	0,5	0,2
ESPAÑA	883,1	767,1

FUENTE: MAPA

La producción nacional de las principales semillas oleaginosas (girasol, colza y soja), registró en el año 2021 un nuevo incremento, continuando con la tendencia del año precedente.

Así, según datos del Ministerio de Agricultura, en la campaña 2020/2021 (que va de julio a junio) la superficie destinada al cultivo de colza, soja y girasol sumó 723.000 hectáreas (por debajo de la anterior campaña), pero la producción superó el millón de toneladas

en total, muy por encima de lo que se cosechó en la campaña precedente.

Por su lado, en la campaña 2021/2022 la producción resultante fue 993.000 toneladas, a pesar de que la superficie disminuyó hasta las 716.000 hectáreas.

La semilla oleaginosa que más se cultiva –y con mucha diferencia– es el girasol. En 2021 (campaña 2021/2022) se produjeron 767.100 toneladas, un volumen inferior en un 13% al cosechado en la campaña precedente. Este descenso se debió a la reducción de los rendimientos (1,2 toneladas por hectárea) y también a la caída de la superficie cultivada.

Por su lado, en el sector de la colza se registró un aumento de producción del 11%, en consonancia con lo sucedido en el año anterior. Al final, se recogieron en España 216.500 toneladas, en una superficie mayor que la del año anterior. 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 que en la Unión Europea, también se incrementó. En concreto, se produjeron unas 4.800 toneladas, un 17% más que un año antes, con unos rendimientos de 3 toneladas por hectárea, similares a los del año anterior.



## TORTAS Y HARINAS

Además de la producción de semillas, también hay en España una pequeña producción de harinas y tortas de semillas oleaginosas. En la campaña 2020/2021 la producción utilizable de estas tortas y harinas ascendió a algo más de 3 millones de toneladas, de las que 2,31 millones eran derivados de la soja; 606.500 toneladas del girasol y 124.300 toneladas restantes de la colza.

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

	2019	2020	2021
MUNDO	69.600	73.590	71.180
UE	15.380	16.699	16.996
ESPAÑA	144,1	195	216,5

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS COLZA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CC.AA	2020	2021
ANDALUCÍA	4,4	4
ARAGÓN	11,8	15,1
CASTILLA Y LEÓN	87,9	108
CASTILLA-LA MANCHA	32,4	31
CATALUÑA	27,4	19,5
EXTREMADURA	2,1	1,7
MADRID	2,6	4,1
NAVARRA	17,6	20,6
PAÍS VASCO	3	4,2
OTRAS CCAA	5,8	8,3
ESPAÑA	195,0	216,5

FUENTE: MAPA

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

	2019	2020	2021
MUNDO	340.150	368.120	349.370
UE	2.742	2.628	2.655
ESPAÑA	5,1	4,5	4,8

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

### COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE OLEAGINOSAS Y PRODUCTOS DERIVADOS (Miles de toneladas)

IMPORTACIONES	2018	2019	2020	2021
HABAS DE SOJA	3.398	3.325,5	3.407	3.671,6
SEMILLAS DE GIRASOL	413	535	402,8	369,9

FUENTE: DG Aduanas

Por su parte, según los datos del MAPA, en la campaña 2021/2022 la producción total utilizable se redujo a algo más de 3 millones de toneladas, de las que 2,34 millones correspondían a la soja; 609.300 toneladas al girasol y 89.000 toneladas a la colza.

### BALANZA COMERCIAL DEFICITARIA

En cuanto al comercio exterior, el sector de las oleaginosas tiene un marcado carácter importador, con grandes variaciones mensuales, si bien en los últimos años las importaciones han ido descendiendo. El grueso de las importaciones de estas semillas (cerca del 80%), procede de países terceros.

Por su lado, las exportaciones de España también se dirigen mayoritariamente a países terceros, aunque el porcentaje no es tan grande como el de las importaciones. El subgrupo habas de soja representa el 67% en valor del total de las importaciones del grupo de oleaginosas.

En la campaña 2020/2021, las importaciones de semillas oleaginosas superaron los 3,7 millones de toneladas, de las que casi 3,3 millones eran semillas de soja. Igualmente, en la campaña 2021/2022 se importaron 3,93 millones de toneladas (3,4 millones de soja y 480.000 de girasol).

Asimismo, las importaciones de todas las tortas y harinas de semillas oleaginosas sumaron 3,6 millones de toneladas, un volumen por debajo del importado en la campaña precedente. El grueso de estas importaciones (2,8 millones de toneladas) correspondieron a las harinas y tortas de soja.

Además, en la campaña 2021/2022 las importaciones bajaron hasta los 3,4 millones de toneladas, de los que 2,6 eran semillas de soja y 350.000 toneladas de girasol.

Respecto a la exportación, los datos son muy poco representativos. La venta de semillas en la campaña 2020/2021 quedó en 130.000 toneladas y la de tortas y harinas en 508.000 toneladas, según datos del Ministerio de Agricultura. Por su lado, en la campaña 2021/2022 se exportaron 350.000 toneladas de tortas harinas, además de 140.000 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 2021/2022 ascendió a 5,1 millones de toneladas. En esta cifra están

incluidas la producción de campaña, las existencias de la campaña precedente y las importaciones. De este volumen, 4,8 millones de toneladas se destinan al mercado nacional y de éstas, 4,22 millones a la industria; 540.000 toneladas a la alimentación animal y 41.000 al consumo humano.

Por su parte, en la misma campaña había disponibles casi 6,6 millones de toneladas de harinas y tortas oleaginosas, de las cuales 6,1 millones de toneladas eran para el consumo interno y el resto para exportaciones.

### OLEAGINOSAS EN LA UE

La Unión Europea es el principal productor mundial de colza, con Francia y Alemania a la cabeza. Precisamente la colza es la semilla oleaginosa que más se produce en la UE (casi el 59% del total), seguida del girasol y las habas de soja (a nivel mundial, la soja ocupa el primer puesto con mucha diferencia).

A este respecto, las semillas oleaginosas se utilizan para alimentos, piensos, combustibles y para fines industriales. La trituración de las semillas oleaginosas proporciona aceites vegetales y harina. El aceite vegetal se usa generalmente en la industria alimentaria o para producir biodiesel, mientras que las comidas de semillas oleaginosas son un componente importante de la alimentación animal.





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 2021 superó los 30,3 millones de toneladas, un 8% 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 ligeramente en 2021, pasando de 16,7 millones de toneladas, a 16,9 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 10,3 millones de toneladas, un 14% más que un año antes, en el que la producción disminuyó en un porcentaje similar.

La UE es el tercer productor mundial de girasol, detrás de Ucrania y Rusia. Dentro de la UE, Rumania es el primer productor comunitario seguido de Bulgaria, Francia y Hungría. España ocupa el cuarto o quinto puesto en el ranking comunitario dependiendo de factores climatológicos, fundamentalmente la sequía, ya que en relación con la superficie cultivada ocupa el tercer puesto, por detrás de Rumania y Bulgaria.

Por su lado, la producción comunitaria de soja se situó en 2,65 millones de toneladas, un 1% más 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 106.000 toneladas, muy por encima de la producción del año precedente en el que también se produjo un incremento de la cosecha.

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 se importaron 5 millones de toneladas de colza; 13,5 millones de toneladas de soja (similar a un año antes) y más de 764.000 toneladas de girasol. En todos los casos, se produjeron caídas importantes con respecto a las compras de la campaña precedentes, según datos de la Comisión Europea.

A estas cantidades se sumaron las importaciones de aceites oleaginosas, especialmente de aceite de palma y de harinas de semillas oleaginosas. Los países a los que más oleaginosas compró la UE fueron Brasil, Ucrania y Rusia.

## OLEAGINOSAS EN EL MUNDO

En el mundo, aproximadamente el 80% de la producción de oleaginosas corresponde a las cosechas de girasol, soja y colza. El 20% restante procede de las producciones de semillas de algodón, cacahuete, lino oleaginoso, etc.

La producción mundial de las principales semillas oleaginosas en 2021 se elevó a unos 600 millones de toneladas, un volumen inferior al del año precedente, según datos de la Comisión Europea.

La mayor parte de esta producción mundial de oleaginosas correspondió a la cosecha de semillas de soja (349,3 millones de toneladas, un 5% menos que un año antes). La utilización principal de la soja es la fabricación de piensos para la alimentación animal.

Igualmente, la producción mundial de colza se redujo un 3% con respecto al año anterior, situándose en 71,18 millones de toneladas (el año anterior la cosecha mundial subido mucho).

Por el contrario, fue superior en 2021 la producción mundial de girasol: 57,4 millones de toneladas frente a los 49 millones de la campaña anterior.

En cuanto a la producción de harinas oleaginosas, en la campaña 2020/2021 se produjeron en el mundo unos 352 millones de toneladas y en la campaña 2021/2022, 356 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 210 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 79 millones de toneladas), seguido del aceite de soja (60 millones), del aceite de colza (31 millones) y de el de girasol (20 millones). ■

## 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.

Después de que en 2020 se produjera un incremento de las ventas de aceites de semillas en los hogares españoles por el confinamiento, en 2021 se recuperaron las ventas fuera del hogar (canal HORECA, etc.).

Así, las empresas asociadas a ANIERAC comercializaron en 2021 cerca de 343,4 millones de litros de aceites vegetales, un 10,7% más que un año antes. Este

### PRINCIPALES COMERCIALIZADORES DE ACEITE DE SEMILLAS ENVASADO EN EL MERCADO NACIONAL

EMPRESA	MILES DE LITROS
Sovena, S.A.	95.623
Grupo Ybarra-Migasa	38.840
F. Faiges, S.L.	34.000
Aceites Abril, S.L.	33.924
Urzante, S.L.	31.500
Aceites del Sur-Coosur, S.A.	21.230
Deoleo, S.A.	20.399
Coreysa, S.A.	11.600
Aceites Toledo, S.A	10.400
Aceites Albert, S.A	8.817

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021

aumento se debe al buen comportamiento del aceite refinado de semillas. La mayor partida en volumen comercializado fue 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 representa cerca del 89% de las ventas totales de aceites de semillas, un porcentaje superior al del año anterior.

En libreservicio (hipermercados y supermercados de más de 100 m<sup>2</sup>), el valor de las ventas de aceites de semillas llegó en 2021 hasta 207,8 millones de litros, con un valor de 278,8 millones de euros, según estimaciones de la consultora IRI. Con respecto al año anterior, se produjo un aumento en volumen del 19,8% y en valor del 20%.

Dentro del libreservicio, según los datos de IRI, la marca de distribuidor (MDD) acaparó en 2021, casi el 82% de la cuota en volumen y el 78% en valor.

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. Según la consultora IRI, la cuota de las MDD en los supermercados e hipermercados representaron en 2021 el 82% de todas las ventas en volumen y el 78% en valor, porcentajes en ambos casos por encima de los del año precedente.

En este segmento de mercado (libreservicio), la primera oferta con marca de fabricante (MDF) se quedó con una cuota del 6,1% en volumen y del 8,2% en valor, mientras que la segunda en volumen llegó al 3,4% (3,2% en valor) y la tercera se situó en el 2,7% en volumen y el 3,14% en valor.

La principal empresa del sector comercializó en 2021 un total de 95,6 millones de litros, de los que 82 fueron aceites de girasol. Con respecto al año precedente, las

ventas totales aumentaron un 3,3%, pero se mantuvieron en girasol.

El segundo operador de este mercado se situó a mucha distancia del primero, con un total de 38,4 millones de litros de aceite comercializados (33,6 millones sólo de girasol) y el tercero, con 34 millones de litros (33 de girasol).

## COMERCIO EXTERIOR

Ante la madurez del mercado interior, las exportaciones se han convertido en la auténtica válvula de escape para facilitar la comercialización de los excedentes de producción.

Durante 2021 las empresas exportaron algo más de 789.000 toneladas de aceites de semillas, un volumen muy superior al del año precedente, según datos de Comercio. En este volumen están incluidas las ventas de aceite de girasol (27% del total), soja, palma, coco y

otros aceites vegetales. La exportación de aceite de girasol en dicho año se elevó a 216.696 toneladas, frente a las 222.517 del año anterior. El principal mercado de destino de las exportaciones de aceites de semillas fue Francia, seguido por Portugal.

Por lo que hace referencia a las importaciones, en 2021 éstas alcanzaron los 2,4 millones de toneladas, por debajo del volumen de 2020. La principal partida importada fue la de aceites de otras semillas (palma, palmiste, etc., que se usa en la industria alimentaria), con 1,44 millones de toneladas, frente a los 1,95 millones de 2020. A continuación, aparecieron los aceites de girasol (584.584 toneladas).

El primer grupo industrial del sector vendió en el exterior casi 16 millones de litros en 2021 y de este volumen 6,7 millones correspondieron al aceite de girasol. El segundo grupo exportó 14,1 millones de litros y el tercero 11,3 millones. ■

## CONSUMO Y GASTO EN OTROS ACEITES

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 175,1 millones de litros de aceites que no son de oliva y gastaron 254,2 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,8 litros de consumo y 5,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al aceite de girasol (3,4 litros por persona y año), seguido del aceite de semilla (0,3 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de girasol concentra el 83,6%, con un total de 4,6 euros por persona, seguido del aceite de semilla, con un porcentaje del 10,9% y un total de 0,6 céntimos de euro por persona al año.

### CONSUMO Y GASTO EN OTROS ACEITES DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL OTROS ACEITES	175,1	3,8	254,2	5,5
ACEITE DE GIRASOL	155,4	3,4	212,1	4,6
ACEITE DE MAÍZ	0,56	0,01	1,14	0,02
ACEITE DE SEMILLAS	13,8	0,3	30,0	0,6
ACEITE DE ORUJO	5,3	0,1	10,9	0,2



## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

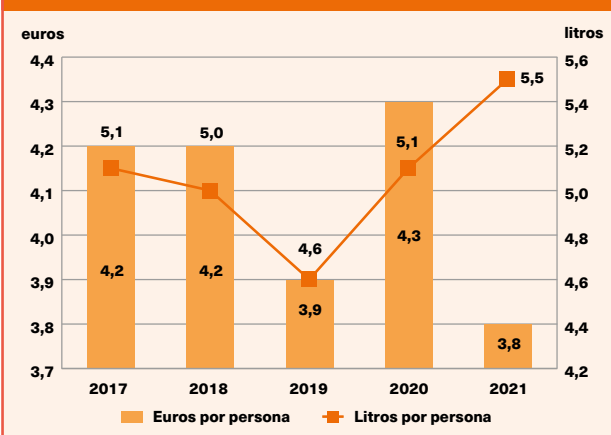
En términos per cápita, el consumo de aceites que no son de oliva durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- 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 de 10.000 a 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de aceites que no son de oliva, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos de población (más de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos independientes, retirados, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre los jóvenes independientes, las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, y los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Castilla y León, y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Murcia y Comunidad de Madrid.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

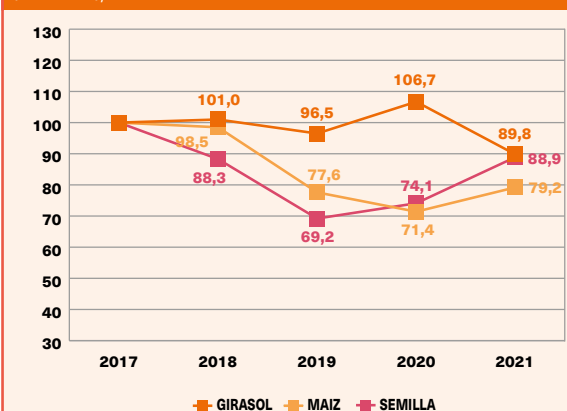
Durante los últimos cinco años, el consumo de aceites que no son de oliva se estaba minorando pero en el año 2020 se produjo un repunte motivado por los efectos de la COVID-19 (respecto al ejercicio anterior, un incremento de 0,4 litros). Sin embargo, en el año 2021 se ha producido un reajuste a la baja de la demanda (caída del consumo en 0,5 litros). En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado se cifra en 4,3 en el año 2020, mientras que el mayor gasto tiene lugar en el ejercicio 2021 (5,5 euros por consumidor).

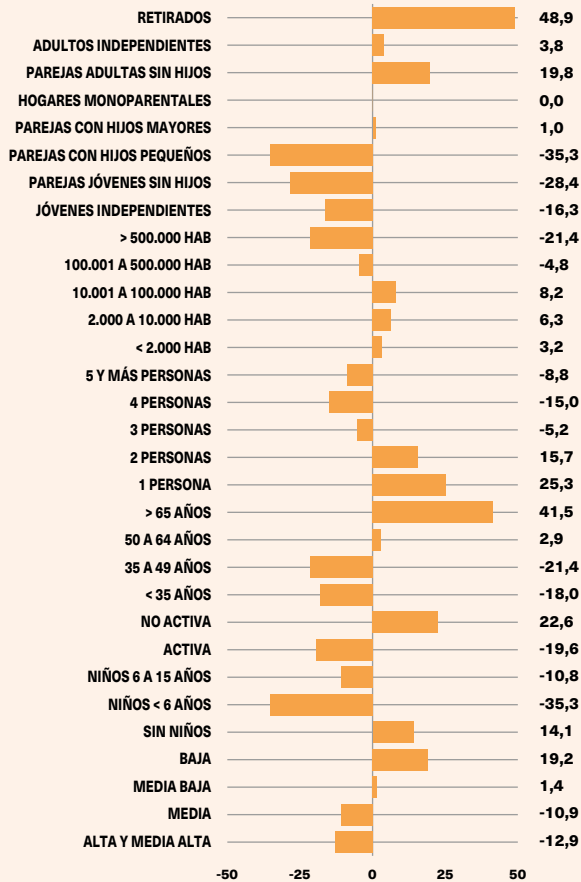
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN OTROS ACEITES, 2017-2021



En la familia de aceites que no son de oliva, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2017, el consumo de aceite de girasol, aceite de maíz y aceite de otras semillas registran descensos.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE OTROS ACEITES (2017=100), 2017-2021

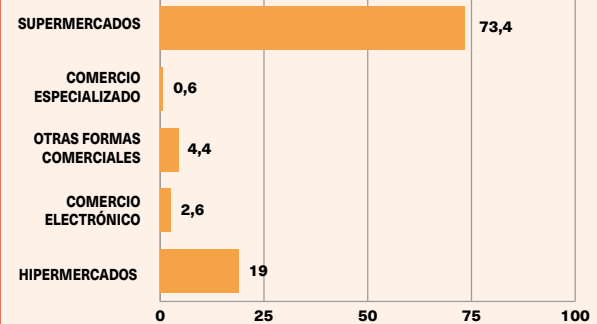


**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE OTROS ACEITES  
EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\***


\* Media nacional = 3,8 litros por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceites que no son de oliva a los supermercados (73,4% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 19,0%, seguido del comercio especializado, con 0,6%. El comercio electrónico con 2,6% y las otras formas comerciales con 4,4% completan la cuota restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE OTROS ACEITES  
POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**


## 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 2021, según los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), se produjeron 47.499 toneladas, 8.000 toneladas más que un año antes. El valor de esta producción fue de 69,6 millones de euros.

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 20% del total de las ventas en volumen de margarinas (en valor, el porcentaje es inferior).

En cuanto al comercio, según los datos de Aduanas en 2021 aumentaron las exportaciones hasta 129.781 toneladas (margarinas, mezclas y preparados), mientras que las importaciones crecieron hasta 65.540 toneladas.

La pérdida de cuota de mercado en el segmento de las margarinas la está ganando la mantequilla, que en 2020 incrementó su producción un 10,6% hasta los



52,8 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 superior al del año precedente (252,4 millones de euros). ■



### CONSUMO Y GASTO EN MARGARINA

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 25,5 millones de kilos de margarina y gastaron 84,6

millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,6 kilos de consumo y 1,8 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN MARGARINA DE LOS HOGARES, 2021				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL MARGARINA	25,5	0,6	84,6	1,8
MARGARINA LIGHT	4,38	0,09	8,64	0,19
MARGARINA BAJA EN COLESTEROL	1,3	0,0	11,9	0,3
MARGARINA ENRIQUECIDA	19,5	0,4	58,4	1,3

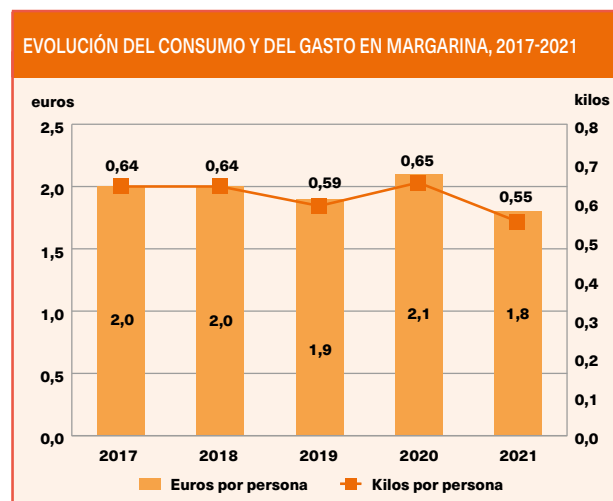
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de margarina durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

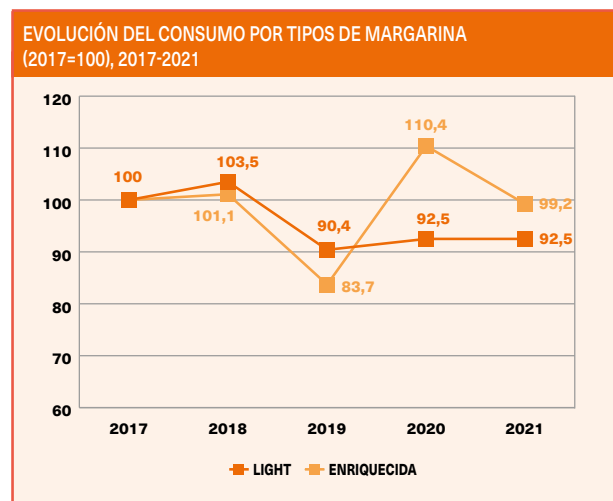
- Los hogares de clase media baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase alta y media alta tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de margarina, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de margarina es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de margarina es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene 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, Andalucía, Extremadura y Canarias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Murcia y Aragón.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

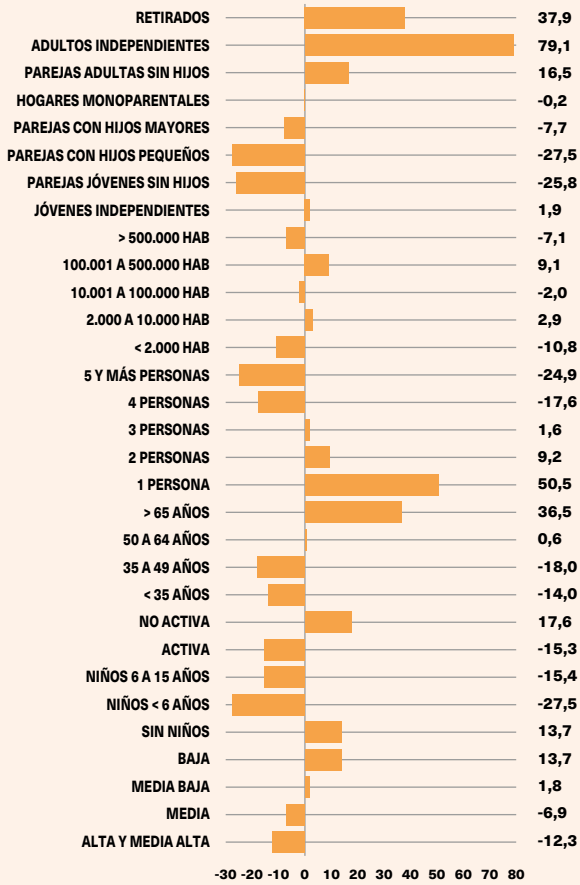
Durante los últimos cinco años, el consumo de margarina estaba descendiendo pero en el año 2020 se produce un ascenso motivado por el COVID-19, que se ha ajustado a la baja durante el ejercicio 2021. En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (0,65 kilos), mientras que el mayor gasto tuvo lugar también en el ejercicio 2020 (2,1 euros por consumidor).



En la familia de margarinas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 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 2017, en el consumo de margarina enriquecida y de margarina light se produce un descenso.



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

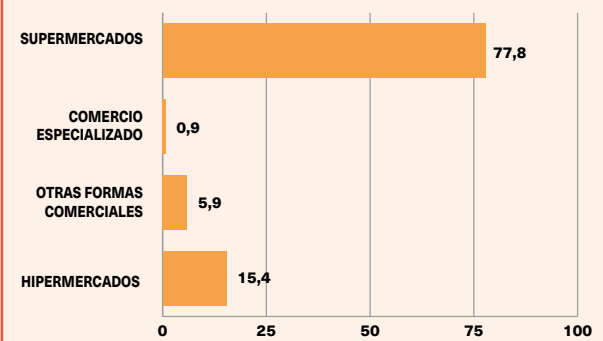


\* Media nacional = 0,6 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de margarina a los supermercados (77,8% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 15,4% y los establecimientos especializados llegan al 0,9%. Las otras formas comerciales suponen el 5,9% restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MARGARINA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**





# AZÚCAR



**E**l 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.

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

## PRODUCCIÓN DE AZÚCAR EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

CCAA	2019/2020	2020/2021	2021/2022
MUNDO	166.285	169.032	170.512
UE	16.264,6	14.499,8	16.625
ESPAÑA	407,4	380	389,5

Fuentes: MAPA, USDA y Comisión Europea (producción de campaña).

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 cristalización del azúcar, debido a que no toda la sacarosa contenida en los jugos de la caña resulta cristalizable (lo mismo ocurre en la remolacha) a casusa de que contiene lo que se conoce como impurezas salinas y proteicas. Por su lado, el bagazo, se quema en las calderas de las azucareras para la producción de energía.

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).

### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE REMOLACHA AZÚCARERA Y AZÚCAR REFINADO (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2019/2020	2020/2021	2021/2022
REMOLACHA	2.774	2.432,8	2.584,7
AZÚCAR PRODUCIDO	407,4	380	389,5

Fuentes: MAPA, USDA y Comisión Europea (producción de campaña).

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

CCAA	2019/2020	2020/2021	2021/2022
ANDALUCÍA	545,4	576,1	600
CASTILLA Y LEÓN	2.010	1.662,6	1.823
LA RIOJA	89,4	59,4	46
NAVARRA	27,3	14,2	5
PAÍS VASCO	101,2	119,16	110
OTRAS CCAA	1,8	1,4	0,5
TOTAL ESPAÑA	2.775	2.432,8	2.584,7

Fuente: MAPA

## REMOLACHA EN ESPAÑA

La remolacha azucarera se cultiva en España en los campos de Castilla y León, Andalucía, La Rioja y el País Vasco, aunque hace años también había cultivo en otras regiones.

La superficie cultivada de remolacha azucarera en España en el año 2021 se incrementó un 7,2% hasta las 29.600 hectáreas. De esta cifra total, 20.600 hectáreas correspondieron a las siembras en la zona norte y el resto a las de la zona.

El grueso de la producción de remolacha azucarera se cultiva, por tanto, en la zona norte 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 los mejores rendimientos 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 2020/2021, la producción nacional de remolacha azucarera se situó en torno a los 2,43 millones de toneladas, un volumen inferior en un 12% al producido en campaña anterior.

Por el contrario, en la campaña 2021/2022 la producción de remolacha fue superior a la precedente, pues se recogieron 2,58 millones de toneladas.

Diferenciando por regiones, de la producción total de remolacha en la campaña 2020/2021 correspondieron a Castilla y León el 70,5% de la producción nacional; a Andalucía el 23,2%; al País Vasco el 4,3%, a La Rioja el 1,8% y a la Comunidad Foral de Navarra el 0,2%.

## PRODUCCIÓN Y COMERCIO DEL AZÚCAR

Como consecuencia, principalmente, de la menor producción de remolacha, en la campaña 2020/2021 la producción nacional de azúcar quedó en 380.000 toneladas, un 7% menos que en la campaña precedente, según los datos de la Comisión Europea, que hacen referencia a la producción en campaña, sin sumar o restar el saldo de la campaña anterior. Por su parte, en la campaña 2021/2022 la previsión de la Comisión apuntaba a una producción de azúcar en España cercana a las 389.500 toneladas.

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, en 2021 se importaron 1,17 millones de toneladas de azúcar (caña, remola-



cha, otros azúcares y melaza), un 6% más que en el año anterior, en el que las compras se habían reducido sensiblemente debido a los efectos de la pandemia sobre el consumo, principalmente en el canal HORECA.

El valor de estas compras en 2021 superó los 539 millones de euros, también muy por encima de la cifra del año anterior. El grueso de estas compras fueron de azúcar de caña y de remolacha (algo más de un millón de toneladas).

Respecto a las exportaciones, en volumen sumaron 79.120 toneladas, un 17% más que el año anterior. El valor de esas ventas fue de 43,3 millones de euros.

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

En la Unión Europea (UE), la producción de azúcar tiene mucha más importancia económica que en España. De hecho, la Comisión Europea separa esta producción agrícola del resto de cultivos industriales a la hora de calcular su aportación a la renta agraria anual, algo que en España no se hace pues se incluye dentro de los llamados "cultivos industriales".

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 prácticamente ha desaparecido, con excepción de la producción de los territorios franceses de ultramar. Por ello, la UE es el mayor productor mundial de azúcar de remolacha, con alrededor del 60% del total.

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 2020/2021 esta cifra se redujo hasta 1,5 millones hectáreas, por la salida del Reino Unido de la UE.

Hay seis países de la UE que cuentan con el grueso del cultivo. La mayor parte de la remolacha azucarera

de la UE se cultiva en la mitad norte de Europa, donde el clima es más adecuado para el cultivo. Los campos de producción son más competitivos en el norte de Francia, Alemania, Reino Unido y Polonia, pero en los últimos años España ha conseguido tener mejores rendimientos por hectárea sembrada.

La UE también tiene una importante industria del refinado del azúcar de caña en bruto, que tiene que importar de países terceros para luego transformarla.

En la campaña 2020/2021, la producción comunitaria de azúcar disminuyó hasta los 14,5 millones de toneladas, según los datos publicados por la Comisión Europea. Por su lado, en la campaña 2021/2022 subió la producción comunitaria de azúcar hasta 16,6 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, Reino Unido y Países Bajos.

Con relación al consumo de azúcar en la UE, en la campaña 2020/2021 se produjo una caída a nivel interno, pues se pasó de 16,9 millones de toneladas a 14,9 millones. 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 2020/2021 a 2,3 millones de toneladas, un volumen muy inferior al importado en la campaña precedente.

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 2020/2021 se vendieron en el exterior hasta 3 millones de toneladas,

la mayor parte en productos procesados. Este volumen fue muy superior al de la campaña anterior.

## 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.

La producción mundial de azúcar en la campaña 2020/2021 se situó en 169,1 millones de toneladas, un 2% más que la campaña anterior. Asimismo, la producción mundial de azúcar para la campaña 2021/2022 siguió subiendo y superó los 170,5 millones de toneladas.

A nivel mundial los dos países que más azúcar producen son India y Brasil, que dependiendo de las condiciones climáticas o de la demanda de caña de azúcar para la producción de biocombustibles se alternan en la primera posición del ranking mundial.

En la campaña 2020/2021, Brasil volvió a ser el primer país productor con 40 millones de toneladas de azúcar centrifugado e India fue el segundo con 33,7 millones de toneladas.

Por su lado, en la campaña 2020/2021 Brasil elevó su producción a más de 42 millones de toneladas e India 33,7 millones. En ambos casos se aumentó mucho la producción en relación con la campaña precedente. Por su lado, en la campaña 2021/2022 India recuperó la primera posición (36,8 millones de toneladas), seguida de Brasil (35,3 millones).

En las dos últimas campañas, el tercer puesto lo ocupó la Unión Europea (tradicionalmente es así) y por detrás de los comunitarios se encontraba Tailandia, China, Estados Unidos, México y Rusia.

En cuanto al consumo mundial, al contrario que en Europa se está produciendo de año en año un aumento progresivo del uso del azúcar, especialmente en los países en desarrollo. Las estimaciones cifran en 172,57 millones de toneladas el consumo mundial de azúcar (consumo humano) en la campaña 2020/2021 y en 175,5 millones el consumo para la campaña 2021/2022.

India es el primer país del mundo en consumo de azúcar en alimentación humana y además, cada año incrementa su demanda (en la campaña 2020/2021 llegó hasta los 29 millones de toneladas). Por detrás de este país se sitúan la Unión Europea (con un consumo en alimentación más o menos estable, en torno a los 17 millones de toneladas), China y Estados Unidos. ■

# AZÚCAR

Para el sector industrial del azúcar, el año 2021 estuvo marcado en gran medida por la recuperación del mercado, tras los efectos de la pandemia. 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 2021 se produjeron 473.983 toneladas de azúcar industrial en España, cuyo valor fue de 217,9 millones de euros. Además, de acuerdo con las mismas fuentes se obtuvieron en las azucareras españolas 93.697 toneladas de melaza de remolacha y también 315.862 toneladas de pulpa de remolacha y otros productos residuales.

## 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 tiene más de cien años y actualmente forma parte del 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. Su producción de azúcar total ronda los 4,5 millones de toneladas al año y el grupo 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, la empresa extrae azúcar de la remolacha que siembran agricultores de Castilla y León, Andalucía, La Rioja, Navarra y País Vasco. En 2021 aumentó ligeramente la facturación de la empresa

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AZÚCAR Y EDULCORANTES

EMPRESA	Mill. Euros
AB Azucarera Iberia, S.L.	235
S. Coop.General Agropecuaria (ACOR) * (2)	129,3
ACOR & Tereos Iberia, S.A. (ATISA)*	175
Jesús Navarro, S.A. *	85
Zukan, S.L. *	101
Cortes Bartolomé, S.L. *	8
Galan Invest	12
Promoción Mercantil Catalana, S.A (Promerca)*	11
BS Edulcorantes *	5,4
Azúcares Antoinin, S.L.	3
Envasados Segovia.	1,61

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones. (2) Incluye la parte correspondiente en ATISA & Tereos y en otras empresas.

hasta los 235 millones de euros, pero hay que tener en cuenta que un año antes había bajado la cifra por los efectos de la pandemia. La empresa desarrolló ese año novedades como el azúcar de coco o el sirope de caña en varias presentaciones.

La segunda compañía dentro del sector azucarero es la cooperativa de Castilla y León ACOR, que fue fundada en el año 1962. 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 el año 2021 ascendió a 129 millones de euros (más que en el año anterior), si no se tiene en cuenta la aportación de las empresas en las que participa.

A este respecto, la cooperativa de Castilla y León es también parte de la tercera empresa más importante económicamente del sector: ATISA. Esta 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. ■

## CONSUMO Y GASTO EN AZÚCAR

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron un total de 145,1 millones de kilos de azúcar y gastaron 140,8 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 3,1 kilos de consumo y 3,0 euros de gasto. En cuanto a los edulcorantes, el

consumo total en hogares alcanzó los 5,2 millones de kilos y se gastaron 64,2 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, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL AZÚCAR	145,1	3,1	140,8	3,0
TOTAL EDULCORANTE	5,2	0,1	64,2	1,4
STEVIA	0,7	0,0	16,7	0,4

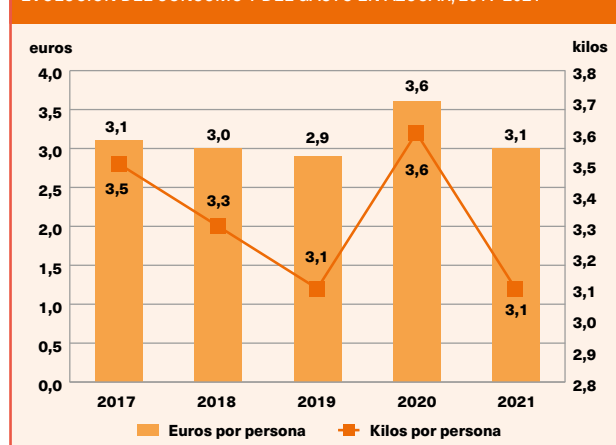
## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco 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 el año 2021, el consumo vuelve a retroceder mientras que el gasto también vuelve a los valores previos a la pandemia. En el periodo 2017-2021, 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).

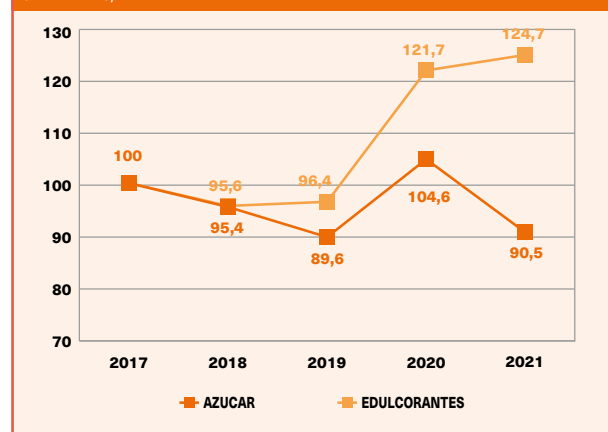
En la familia de azúcar y edulcorantes, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 era descendente para ambos productos pero existe un repunte en el ejercicio 2020 motivado por los efectos de la COVID-19. Sin embargo, en el último año, la demanda de azúcar se reduce mientras que los edulcorantes se incrementan ligeramente. Respecto a la demanda de 2017, el consumo de edulcorantes aumenta y en el caso del azúcar se produce un descenso.



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN AZÚCAR, 2017-2021



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE AZÚCAR (2017=100), 2017-2021



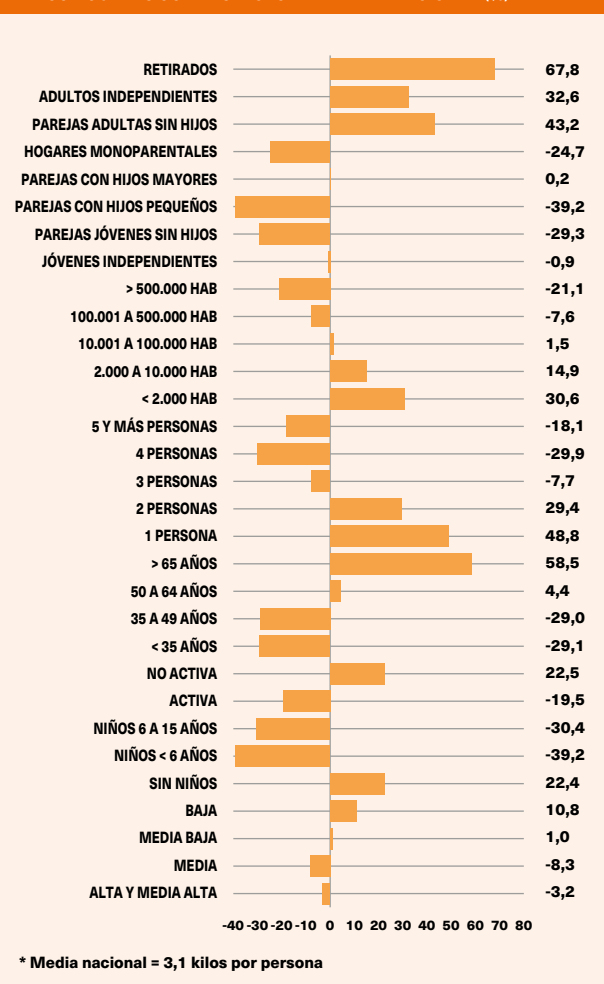
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de azúcar durante el año 2021 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 Extremadura, Murcia y Comunidad de Madrid.

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

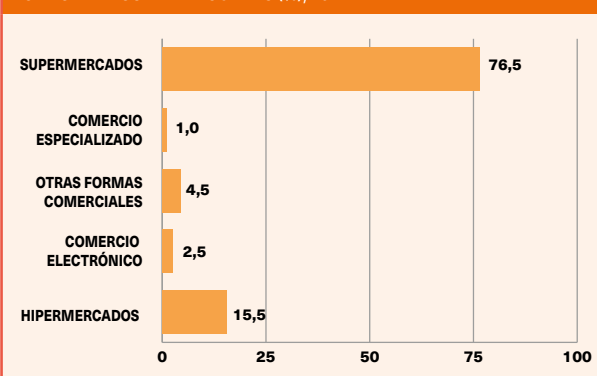


## CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de azúcar a los supermercados (76,5% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 15,5% y el establecimiento especializado el 1,0%, mientras que comercio electrónico llega al 2,5% y las otras formas comerciales concentran el 4,5% restante. ■



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE AZÚCAR POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021



# CARAMELOS

A pesar del buen comportamiento en los mercados exteriores, el sector de los caramelos no se recuperó de los efectos de la pandemia sobre el consumo en el año 2021.

Según los datos de Produlce, la asociación española que integra a las industrias del dulce, el sector de los caramelos y chicles aportó en 2021 el 15,5% de toda la facturación del sector del dulce en valor y el 16,7% en volumen.

Las ventas exteriores superaron a las del mercado interior y son las exportaciones las responsables de que el sector no tuviera peores resultados. Así, pese al crecimiento experimentado en 2021, el sector quedó lejos de los niveles de 2019, antes de la pandemia. La facturación global de las empresas del sector resultó un 11% inferior a las cifras pre-pandemia, aunque se logró alcanzar la cifra de 933,5 millones de euros, según Produlce.

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos que elabora el INE, la producción de caramelos en el año 2021 se disparó hasta un 20,7% con relación al año anterior. Se produjeron 47.925 toneladas y el valor de estas producciones superó los 184,7 millones de euros. El grueso de la producción (45.288 toneladas) eran caramelos de azúcar cocido.

Por su lado, las cifras de Produlce apuntan a que en 2021 los caramelos blandos tuvieron un mejor comportamiento tanto en producción como en valor, que los caramelos duros y los chicles.

Además de los caramelos, en 2021 la producción de gomas y otros artículos producidos a base de gelificantes sumaron 226.662 toneladas, por un valor de 507 millones de euros, según el INE. Estas cifras fueron espectacularmente mayores que en el año 2020.

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.

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONFITERÍA

EMPRESA	Mill. Euros
Ferrero Ibérica, S.A. *	271,98
Sánchez Cano, S.A. (Golosinas Fini) - Grupo	260
Lacasa, S.A. - Grupo *	176,86
Haribo España, S.A.U.	165
Vidal Golosinas, S.A. - Grupo	110
Mars Multisales Spain, S.L. (División Confitería) *	68
Chupa Chups, S.A.U.*	81,8
Mondelez España - División Confitería	57
Cantalou, S.A. *	36
The Candy & Toy Factory, S.L	18

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones.

El consumo de caramelos y chicles en España lleva creciendo de manera muy importante en estos últimos 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, en 2021 el 46,4% del consumo de todos estos productos se distribuyó por el canal alimentación, mientras que el 63,6% 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 cafete-



rías y bares, estancos, gasolineras, puestos en mercadillos, etc. En relación con el año 2020, 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 gran distribución 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.

El primer grupo de este sector por su facturación es nacional y facturó en 2021 cerca de 195 millones de euros. La segunda empresa del sector, filial de una multinacional, obtuvo una facturación cercana a los 140 millones de euros. 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) están adquiriendo cada vez más importancia dentro de este mercado y representan el 40% de todas las ventas en volumen y el 30% en valor dentro del canal alimentación.

## COMERCIO EXTERIOR

El subsector de los caramelos y chicles volvió a ser en 2021 el más exportador dentro de la industria del dulce, pues además las exportaciones crecieron un 20,7% en valor y un 14% en volumen. En 2021, el saldo comercial resultó positivo y alcanzó los 413,7 millones de euros.

Aunque también las importaciones aumentaron un 19,6%, en 2021 el saldo comercial de este subsector volvió a ser positivo (413,7 millones de euros). Siete de cada 10 kilos de caramelos y chicles que se producen en España se venden en el exterior.

El mercado europeo constituye el principal mercado de destino de estas exportaciones, con el 56,5 % del valor total de las exportaciones en 2021, según datos de Produlce. A continuación, están América, con una cuota del 29,3 %, Asia (9,6 %), África (2,4 %) y el resto de los países del mundo (1,2 %).

Con relación al año anterior, en 2021 crecieron las ventas a Europa (1,1%) y África (0,8%), al tiempo que retrocedieron las de Asia (0,6%) y América (1,6%)

Por países, Estados Unidos se consolidó como el primer destino de estas exportaciones y además registró un aumento en 2021, 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 2021 destacó el buen comportamiento de las ventas a Reino Unido, a pesar del "bretxit", así como también a Italia y a Bélgica.

En cuanto a las importaciones, en general resultan menos importantes que las exportaciones. En 2021 las compras de estos productos alcanzaron un valor de 75,2 millones de euros, según Produlce, tras aumentar con respecto al año anterior un 19,6 %. Igualmente, en volumen las compras crecieron un 16,7% hasta las 20.900 toneladas. No obstante, tanto en valor como en volumen los datos de 2021 fueron inferiores a los que había antes de la pandemia.

En el caso de las importaciones, casi el 94% de todo lo que se compra procede del mercado europeo. Alemania destacó como principal proveedor, seguido de Francia, a pesar de que las importaciones desde ambos países fueron mucho menores que un año antes. Otros países europeos a los que España compró chicles y caramelos fueron Francia, Países Bajos, Polonia y Bélgica. Por su lado, los países terceros que más vendieron a España fueron Turquía y China. ■

# TURRONES Y MAZAPANES

Aunque el sector de los turrónes y mazapanes se vio afectado negativamente por las consecuencias de la pandemia en el sector turístico principalmente, los datos de 2021 confirmaron la recuperación de las producciones y del consumo.

Así, la industria española de turrón y mazapán cerró ese año con un incremento del 4% en su facturación respecto a los resultados del ejercicio anterior, hasta alcanzar los 290,8 millones de euros, según los datos de la Asociación Española del Dulce (PRODULCE), que integra a 69 compañías de este sector, entre las que se encuentran las principales empresas turroneras del país.

La producción total de España ascendió, según PRODULCE, a 33.500 toneladas, un 9,8% más que en el año anterior y también un volumen superior al que se produjo en 2019. La mayor parte de esa producción (25.100 toneladas), se destinó al mercado nacional. Asimismo, la facturación de las empresas de turrónes y otros dulces integradas en PRODULCE alcanzó los 313 millones de euros en 2021 (7,6% más que en 2020).

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.

Aunque cada año las exportaciones son más importantes, el grueso de las ventas se realiza en el mercado nacional.

Las producciones que tiene 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.

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.

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR TURRONES Y DULCES DE NAVIDAD

EMPRESA	Mill. Euros
Sanchís Mira, S.A. *	125
Delaviuda Confectionery Group ( *)	99,56
Torróns Vicens, S.L. *	49
Mondelez Internacional	57
Confectionary Holding, S.L.*	21,8
Turrónes Picó, S.A	15
Lacasa, S.A. Grupo ( *)	176,86
Dulces Olmedo García, S.L.	27
Turrónes José Garrigos, S.A	13
Galván Fernández Hermanos, S.L	11,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021 \* Incluye la facturación de otras producciones

Actualmente, el 90% de las ventas de turrónes y mazapanes se producen en el canal de alimentación.

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En los últimos años, el sector empresarial ha pasado de estar muy atomizado a contar con pocas empresas tras los fuertes movimientos de concentración y modernización que se han producido. Actualmente, el mercado se encuentra dominado por unos pocos y grandes grupos, que basan sus estrategias en la desestacionalización del consumo y en el comercio exterior.

Atendiendo a sus facturaciones, el primer grupo productor de turrónes y dulces de navidad registró unas ventas de 125 millones de euros en el año 2021, de los cuales unos 55 corresponderían al negocio de turrónes y dulces navideños. La facturación total del grupo en el año 2021 fue superior a la de 2020.

El segundo grupo en el ranking superó los 99 millones de euros y el tercero se acercó a los 49 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 8.100 toneladas en 2021; la segunda superó las 4.000 toneladas y la tercera alcanzó las 3.000 toneladas. En cuanto a los dulces navideños, la primera empresa del sector sacó al mercado cerca de 4.500 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 vo-

lumen, mientras que la primera oferta de marca tiene una cuota del 17%, según estimaciones de la consultora IRI.

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.

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 2021 las exportaciones aumentaron un 25,5% en valor y se situaron en torno a los 57 millones de euros. En volumen las ventas exteriores aumentaron un 18,7% , hasta 8.400 toneladas, según datos de PRODULCE.

Dentro del grupo, los turrone son los más exportados (96,8% del total en 2021), seguidos de los mazapanes (2,2%) y del resto de especialidades.

## CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 34,9 millones de kilos de productos navideños y gastaron 334,3 millones de euros en estos productos.

En cuanto a los destinos de estas exportaciones, Europa concentra el 70% de las exportaciones, con países como Reino Unido, Francia y Alemania como principales destinos. De hecho, en 2021 Reino Unido fue el principal mercado exterior, con un crecimiento del 18% respecto al año anterior, que fue muy negativo para el comercio. En segundo lugar como destino se situó Estados Unidos, con un crecimiento del 17,3%, que se produjo tras una drástica caída de las ventas en el año 2020.

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.

## INNOVAR, SIN PERDER LA TRADICIÓN

Sin olvidar sus orígenes, el sector lleva años impulsando la innovación en su oferta y ha conseguido ampliar el periodo de consumo de estos productos. La aparición de turrone con nuevos sabores y nuevas presentaciones (snacks, barritas, etc.) hacen posible que esas ofertas se mantengan en los lineales fuera del periodo navideño.

En sentido contrario, el consumo de otros dulces típicos navideños muy ligados a los turrone y mazapanes, los polvorones y mantecados, lleva varios años en retroceso. Esta caída del consumo no afecta a las producciones andaluzas amparadas por las IGP Mantecados de Estepa y Polvorones de Estepa. En 2021, estas producciones de calidad aumentaron sus ventas y consiguieron niveles pre pandemia (unos 15 millones de kilos comercializados). ■

En términos per cápita, se llegó a 0,8 kilos de consumo y 7,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los mantecados y polvorones (0,2 kilos por persona y año), y a los turrone (0,2 kilos per cápita). El resto de los produc-

### CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PRODUCTOS NAVIDEÑOS	34,9	0,8	334,3	7,2
MANTECADOS Y POLVORONES	9,5	0,2	54,0	1,2
MAZAPANES	1,1	0,0	12,8	0,3
TURRONES	9,9	0,2	121,5	2,6
OTROS PRODUCTOS NAVIDEÑOS	14,5	0,3	146,1	3,2

tos navideños supusieron un consumo de 0,3 kilos per cápita al año. En términos de gasto, los turrone concentran el 36,1%, con un total de 2,6 euros por persona, seguido de los mantecados y polvorone, 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 per cápita al año. El resto de los productos navideños suponen el 44,4% del gasto, con 3,2 euros por persona al año.

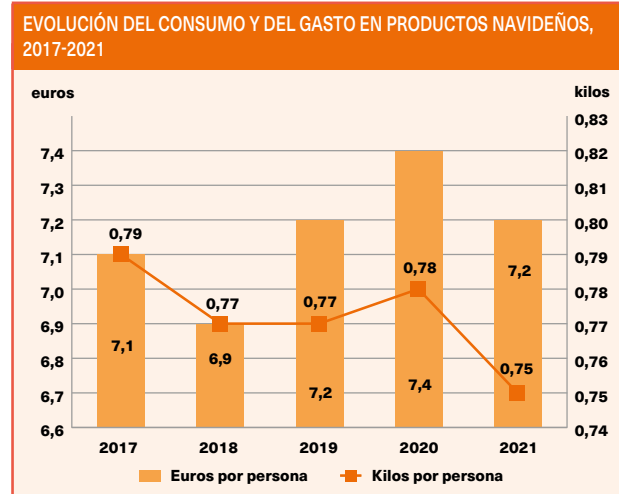
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de productos navideños durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

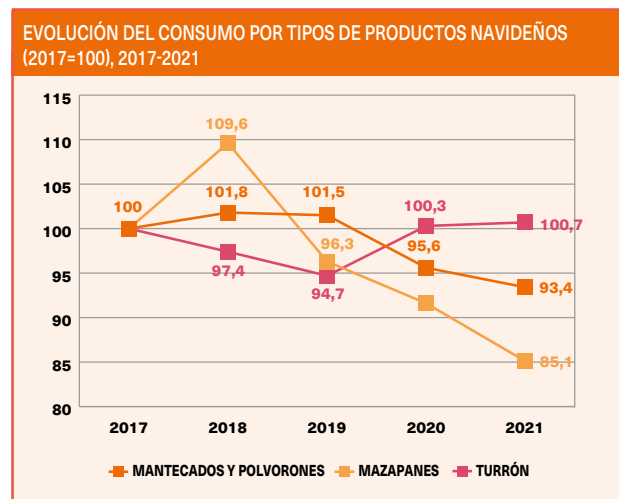
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de productos navideños, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 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 entre 2.000 y 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes 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, Cantabria y Cataluña cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Comunidad Valenciana, Extremadura y La Rioja.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

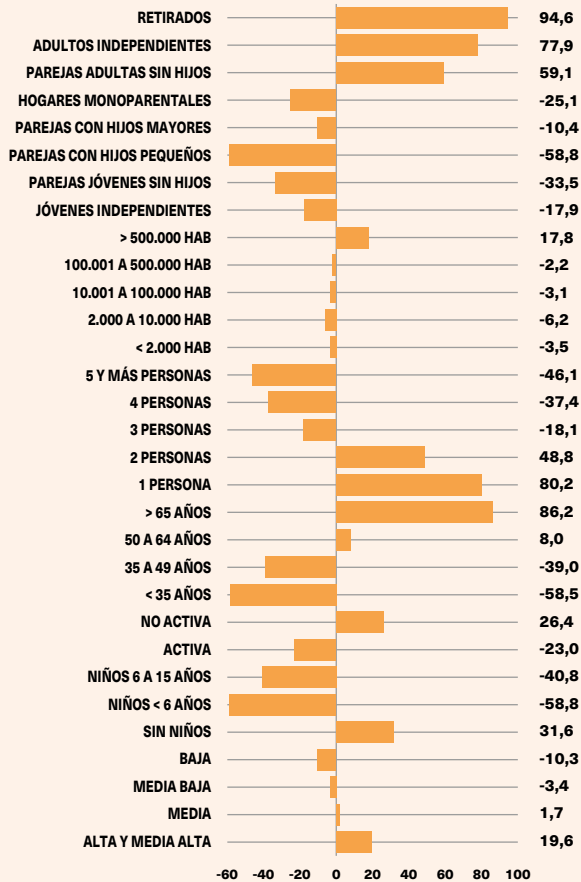
Durante los últimos cinco años, el consumo de productos navideños ha descendido 0,04 kilos por persona y el gasto se ha mantenido constante en términos per cápita. En el periodo 2017-2021, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el ejercicio 2020 (0,78 kilos por persona y 7,4 euros por consumidor).



En la familia de productos navideños, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2017, en el consumo de mazapanes, mantecados y polvorone se produce un descenso mientras que crece ligeramente en turrone.



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

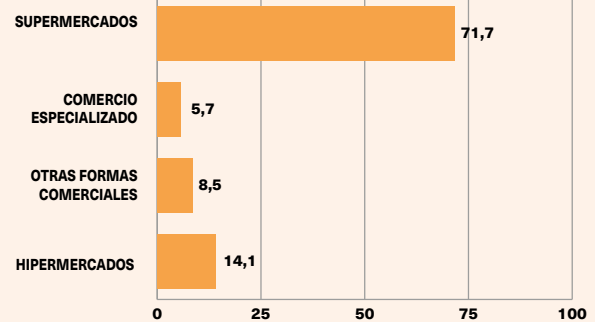


\* Media nacional = 0,8 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 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. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



## Jijona Turrón de Alicante

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS



**ZONA GEOGRÁFICA:** Estas IGP amparan la producción de ambos turrone en el término municipal de Jijona (Alicante), con una superficie de 16.129 hectáreas, si bien las materias primas pueden proceder de toda la Comunidad Valenciana.

**CARACTERÍSTICAS:** El turrón de Jijona se elabora mezclando almendras de las variedades Valenciana, Mallorca, Marcana, Mollar y Planeta, miel pura de abeja y azúcar. La categoría Suprema contiene un mínimo del 64% de almendras y un 10% de miel, y Extra un 60% de almendras y un 10% de miel. El turrón de Alicante incluye –además de almendras, miel pura de abejas y azúcar– clara de huevo y oblea. En este tipo de turrón la categoría Suprema contiene, como mínimo, un 60% de almendras y la Extra un 46%.

**DATOS BÁSICOS:** La producción de turrón es de 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 turrone protegidos se comercializa como turrón de Alicante y el 53% como turrón de Jijona. En el Consejo Regulador figuran 23 industrias.

## Mazapán de Toledo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** Se extiende a la totalidad de la provincia de Toledo, en la Comunidad de Castilla-La Mancha.

**CARACTERÍSTICAS:** El mazapán de Toledo es la masa fina y compacta resultante de la mezcla de almendras crudas, peladas y molidas, con azúcar

en sus distintas clases, que se emplea como base de una variada serie de dulces típicos toledanos. Sus presentaciones se obtienen mediante un proceso de batido o moldeado manual o mecánico de la masa del mazapán, seguido de horneado o cocción, hasta obtener el aspecto requerido en cada caso. A veces la masa contiene un relleno o se presenta recubierta de otros productos. Las presentaciones tradicionales son: mazapán con relleno, mazapán recubierto, figuritas de mazapán, anguilas, delicias de mazapán, marquesas, empiñonadas, pasteles yema, pasteles gloria y pasta para sopa de almendra.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador existen 6 empresas elaboradoras que producen una media anual de 650.000 kilos de mazapán con IGP, de los que el 90% se comercializa en el mercado nacional y el resto se destina a la exportación.

## Panellets

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La elaboración de los Panellets (ETG) es típica de Cataluña, aunque también se elaboran en otras partes de España. Los panellets son pastelitos de dimensiones pequeñas y formas diversas, elaborados esencialmente con mazapán.

**CARACTERÍSTICAS:** Se elabora a partir de una base de mazapán, de tal forma que por cada kilo de almendras peladas, granuladas muy finamente, se añade un kilo de azúcar y huevo entero adicionado o no de agua, se amasa bien mediante unos cilindros y se deja en reposo durante 24 horas para homogeneizar bien la mezcla. Después se le dan diferentes formas y sabores. A partir del mazapán base se elaboran panellets de piñones, almendras, coco, avellanas, naranja, limón, yema, café, fresa y “marrón glacé”. También se elaboran panellets a partir de mazapán basto que se presentan en figuras de castaña, seta, zueco o bandas rellenas con frutas confitadas y de membrillo. A partir de mazapán fino se elaboran de castaña al chocolate y hueso de santo.

## Torró d'Agramunt

(Turrón de Agramunt)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Indicación Geográfica Protegida ampara la zona de producción y elaboración de turrón en el término municipal de Agramunt, al oeste de la provincia de Lleida.

**CARACTERÍSTICAS:** La categoría Suprema contiene un 60% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo, azúcar, jarabe de glucosa y oblea. La categoría Extra se compone de un 46% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo, azúcar, jarabe de glucosa y oblea. La elaboración se inicia con la cocción de la miel y, en su caso, el azúcar y la glucosa con clara de huevo. A continuación se incorporan las avellanas o las almendras. Se trabaja la pasta para formar tabletas redondas o rectangulares recubiertas de oblea. Las tabletas se comercializan en formatos que van de 15 g a 1 kg.

**DATOS BÁSICOS:** En el registro del consejo regulador figuran inscritas 5 empresas que elaboran y comercializaron en el 2020 aproximadamente 130.000 kilos de turrón con IGP Turrón de Agramunt.

# MIEL



La miel ha sido desde siempre un alimento apreciado y reconocido por el hombre, al que también se le han atribuido virtudes curativas.

La producción de miel es muy variada por los tipos de flores, plantas y árboles de las que se nutren las abejas. También es muy irregular, pues depende mucho de la climatología y de la floración de las plantas.

En el mercado hay mieles que se comercializan con dos presentaciones básicas para su consumo: cristalizada y líquida.

Sin embargo, aunque su aportación es mucho más pequeña que la de otros sectores ganaderos, hay que destacar el papel fundamental de las abejas en la conservación del medio ambiente y en la polinización de los cultivos.

Además de su vertiente económica, desde el punto de vista social y medioambiental la producción de miel tiene gran importancia en España.

El sector de la miel contribuyen a fijar población en el medio rural y mantiene los ecosistemas y la biodiversidad, a través de la polinización.

Como sector económico dentro de la ganadería, la apicultura es relativamente modesta, pero las abejas son muy importantes por su labor en la polinización de las plantas.

En los últimos años se ha producido un incremento en el censo de apicultores y de colmenas. Sin embargo, ese aumento del censo no se ha traducido en un incremento de la producción debido a las enfermedades afectan a las colmenas y también a la sequía.

En España el valor anual de las aportaciones del sector de la miel a la renta agraria (que incluye también el polen y la cera) representa aproximadamente el 0,44% de la Producción Final Ganadera y el 0,17% de la Producción Final Agraria, a efectos de calcular la renta agraria anual. El valor económico de estas producciones ronda los 65 millones de euros al año, según distintas estimaciones.

En 2021 el número de explotaciones apícolas en España ascendía a 35.300, un 4,3% más que un año antes. El 18% de esta cifra total de apicultores eran profesionales ganaderos, con más de 150 colmenas.

Este 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 apicultores pequeños que existen, así como también por no practicar la trashumancia y por producir miel y polen muchas veces para autoconsumo.

Por su parte, en el centro y sur del país, especialmente en el sureste mediterráneo, predomina una apicultura más profesionalizada, en la que se practica la trashumancia con las colmenas en busca de una mayor productividad.

Castilla y León cuenta con el mayor número de explotaciones apícolas (6.069), seguida de Andalucía (5.504), Galicia (4.915) y la Comunidad Valenciana (2.612).

En cuanto al número de colmenas, el censo nacional se sitúa por encima de los 3 millones de unidades. El grueso de las colmenas se distribuyen entre Extremadura (22%), Andalucía (21%), Castilla y León (15%) y la Comunidad Valenciana (11%).

Asimismo, el grueso de estas colmenas (el 81%) son 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 NACIONAL DE MIEL

En los últimos años, la sequía y las enfermedades de las abejas han provocado una caída de la producción nacional de miel. En 2021, la producción nacional de miel rondó las 28.000 toneladas, muy por debajo de la media de los últimos cinco años.

De la producción de miel total, aproximadamente el 22% correspondió a Andalucía; el 18% a la Comunidad Valenciana; el 14% a Castilla y León; el 13% a Extremadura y el 7% a Castilla-La Mancha.

### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MIEL Y CERA (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2018	2019	2020	2021
MIEL	36,4	32,3	30,5	28
CERA	1,9	1,7	1,68	1,55

FUENTE: MAPA

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

PRODUCTO	2018	2019	2020	2021
MUNDO	1.926	1.766	1.770	1.768
UE	239,8	226	218	216
ESPAÑA	36,4	32,3	30,51	28

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

### COMERCIO DE MIEL (Miles de toneladas)

	2018	2019	2020	2021
IMPORTACIÓN	27,9	26,5	31,7	31,62
EXPORTACIÓN	23,1	22,5	28,3	28,44

FUENTE: Datacomex.

Además de miel, de las colmenas se obtiene también una pequeña producción de polen y de cera. En España, la demanda de miel está creciendo y lo mismo ocurre con el polen recolectado en la propia colmena, así como con los propóleos.

## COMERCIO EXTERIOR DE MIEL

En cuanto al comercio, en 2021 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 31.620 toneladas, un 0,3% menos que en el año 2020, mientras que las exportaciones ascendieron a 28.440 toneladas, un 0,5% más.

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 de la UE, 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 envía a la Unión Europea, con Francia como principal destino, seguida de Alemania, Portugal



e Italia. Finalmente, entre los países terceros a los que España exportó parte de su miel destacaron Arabia Saudí, Marruecos, Israel y Canadá.

## LA MIEL EN LA UE

El sector de la miel en la Unión Europea es pequeño, pero muy importante para la polinización de plantas y cultivos. La Unión Europea es la segunda productora de miel del mundo, por detrás de China y dentro de la Unión Europea, España es el primer país productor de miel, seguido de Rumanía, Hungría y Alemania.

En 2021, el número de apicultores que había en la UE rondaba los 615.000, según datos de la Comisión (en estos datos ya no están incluidos los británicos). Los tres países con mayor número de apicultores fueron Alemania (21%), Polonia (12%) y la República Checa (10%).

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.

Por su lado, el número de colmenas alcanzó en 2021 los 20 millones de unidades, lo que supuso un aumento con respecto al año anterior. España, con el 15%, era el país con mayor número de colmenas, seguido de Rumanía, con el 12%.

La producción de miel en la Unión Europea para 2021 alcanzó un volumen próximo a las 216 000 toneladas, un 1% menos que en el año anterior.

Respecto al comercio, la Unión Europea es netamente importadora de miel, ya que su nivel de autoabastecimiento está en el 60%. Las importaciones son necesarias para cubrir el consumo interno de la UE y la balan-

za 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 el país que más miel vendió a la UE, por delante de China, Argentina y México.

Como en años anteriores, Alemania fue el país que más miel compró (cerca de 52.000 toneladas), seguido de Polonia y Bélgica.

En cuanto a las exportaciones comunitarias de miel, en 2021 la UE exportó cerca de 25.500 toneladas de miel, un 19% menos que un año antes. Este año, el principal destino de las exportaciones de miel comunitaria fue de nuevo el Reino Unido (18% del total), seguido de Suiza (15,5%) y de Arabia Saudí (13%). 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 MUNDIAL DE MIEL

A nivel mundial, la producción de miel se situó en 2021 en 1,77 millones de toneladas, según estimaciones, un volumen significativamente inferior al de las últimas campañas.

Los países con mayor producción a nivel mundial fueron China (cerca del 29% del total), la Unión Europea en su conjunto (13%), Turquía (6%), Argentina (4%) e Irán (4%).

Anualmente se exportan cerca de 525.000 toneladas de miel en el mundo y China es el país que más vende al exterior (unas 125.000 toneladas). ■

# MIEL

**E**l sector industrial de la miel envasada terminó 2021 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 2021 por unas 33.000 explotaciones de las cuales el 60% eran estantes y el resto trashumantes. La región con más explotaciones apícolas era 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 ocho 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 2021 cerca de 32 millones de euros. La segunda, facturó 29 millones y la tercera, que es un grupo con actividad en otros sectores como la pastelería, la bollería o las infusiones, facturó 24,7 millones. El resto de las 10 primeras empresas en el sector obtuvieron unas facturaciones que oscilaron entre los 25 y los 7 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 auditorias 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. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LA MIEL

EMPRESA	Mill. Euros
Honeygreen, S.A	32
Apisol, S.A.	29
Maes Honey Inter. S.L.U	25,6
Granja San Francisco, S.L. *	24,74
Mielso, S.A.	18,4
Natural Apícola, S.L	15,5
Euromiel, S.C.L.	12
Primo Mendoza, S.L.	11,5
Reina Apícola Levantina, S.L	9,7
Hernando Hurtado, S.A	7

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021 \*Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES REGIONES PRODUCTORAS DE MIEL (Miles de toneladas)

CC.AA	2020	2021*
ANDALUCÍA	6,6	6
ARAGÓN	1,0	0,9
C.VALENCIANA	5,6	5,2
CASTILLA Y LEÓN	4,1	3,7
CASTILLA-LA MANCHA	3,1	2,9
CATALUÑA	2,0	1,8
EXTREMADURA	2,7	2,5
GALICIA	2,4	2,2
OTRAS CC.AA	3,0	2,8
TOTAL	30,51	28,00

FUENTE: MAPA (2020) y \* estimación



## CONSUMO Y GASTO EN MIEL

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 16,5 millones de kilos de miel y gastaron 113,8 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,4 kilos de consumo y 2,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la miel envasada (0,3 kilos por persona y año), 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 60,0% del gasto, con un total de 1,5 euros por persona, mientras que la miel a granel presenta un porcentaje del 40,0% y un total de 1,0 euros por persona al año.

### CONSUMO Y GASTO EN MIEL DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL MIEL	16,5	0,4	113,8	2,5
GRANEL	5,5	0,1	47,0	1,0
ENVASADA	11,0	0,3	66,7	1,5

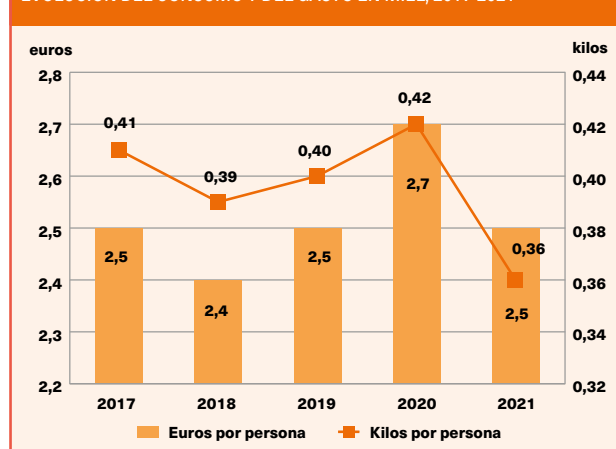
## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

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 el año 2021. En el periodo 2017-2021, 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).

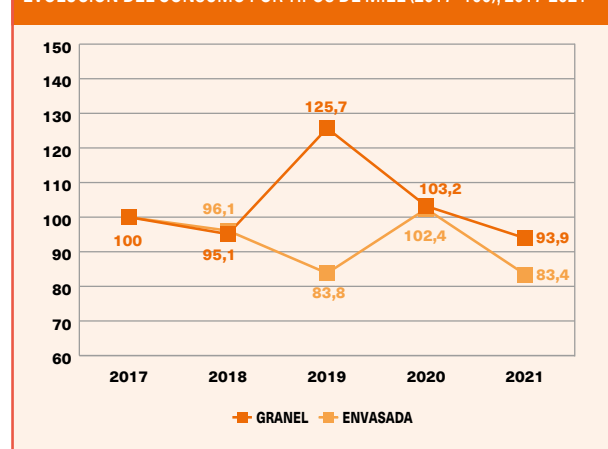
En la familia de miel, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido desigual para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2017, tanto en el consumo de miel a granel como en el consumo de miel envasada se advierte un retroceso.



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN MIEL, 2017-2021



### EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE MIEL (2017=100), 2017-2021

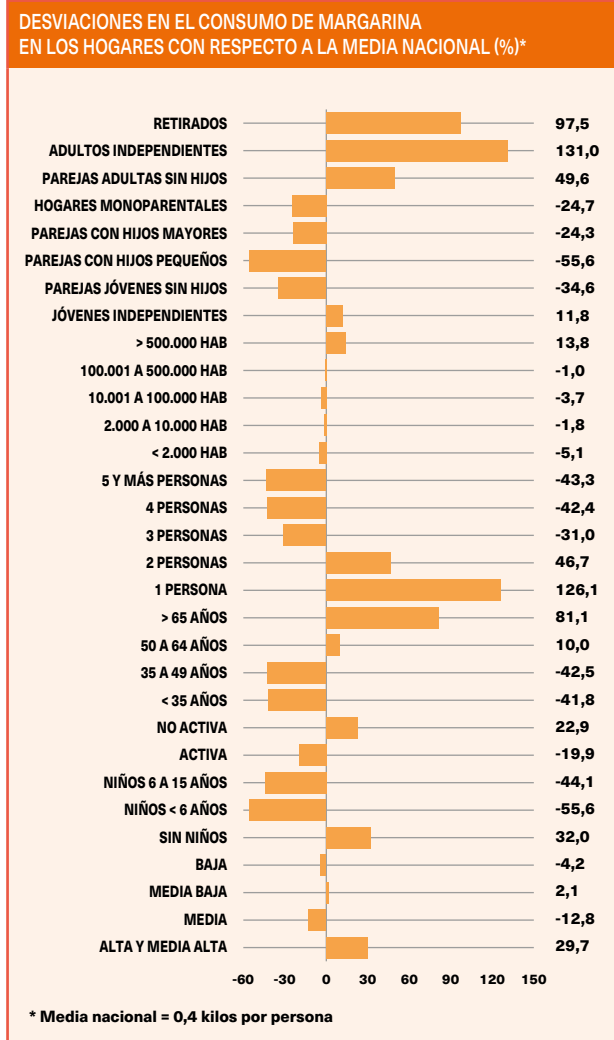


## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de miel durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

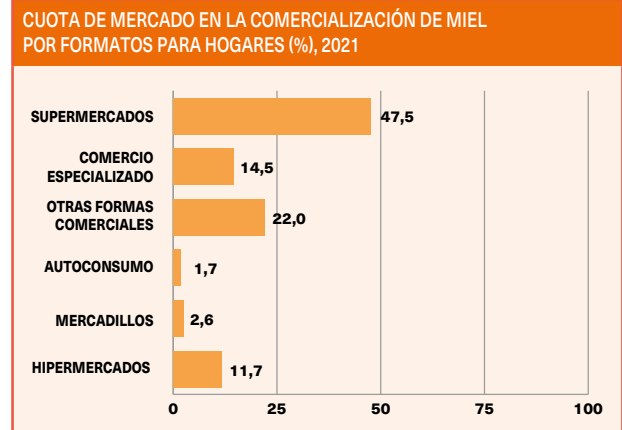
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de miel, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de miel es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de miel es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona entre 35 y 49 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 con menos de 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales y entre las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, País Vasco, Cataluña y Baleares cuentan con los mayores consumos de miel mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Asturias y Castilla-La Mancha.



## CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de miel a los supermercados (47,5% de cuota de mercado). El comercio especializado alcanza en este producto una cuota del 14,5%, el hipermercado representa el 11,7%, y el autoconsumo el 1,7%. Los mercadillos suponen el 2,6%, y las otras formas comerciales concentran el 22,0% restante. ■



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE LA MIEL

### ANDALUCÍA

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN

MIEL DE GRANADA \*

### ARAGÓN

#### MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

MIEL

### ASTURIAS

#### MIEL

MIEL DE ASTURIAS\* (EN TRAMITACIÓN)

### BALEARES

#### MARCA COLECTIVA DE GARANTÍA

MIEL D'M

ES MEL

AIXÒ ÉS MEL

### CANARIAS

#### MIEL

MIEL DE TENERIFE \*

### CANTABRIA

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MIEL DE LIÉBANA

#### MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

MIEL

### CASTILLA-LA MANCHA

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MIEL DE LA ALCARRIA \*

### COMUNIDAD VALENCIANA

#### MARCAS DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

MIEL DE AZAHAR

MIEL DE ROMERO

### EXTREMADURA

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MIEL VILLUERCAS-IBORES \*



### GALICIA

#### INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

MEL DE GALICIA \* (MIEL DE GALICIA)

### MADRID

#### ALIMENTO DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

MIEL DE LA SIERRA DE MADRID

### LA RIOJA

#### REGISTRADO Y CERTIFICADO

MIEL

### PAÍS VASCO

#### EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

EZTIA (MIEL)

\* Inscrita en el Registro de 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 km<sup>2</sup>. En este maravilloso lugar, rico en plantas aromáticas

silvestres, la producción de miel es una actividad de gran arraigo y tradición popular.

**CARACTERÍSTICAS:** La Miel de La Alcarria es exclusivamente floral. Esta miel natural conserva todas sus propiedades y características originales. Se reconocen tres tipos atendiendo a su origen floral, dos monoflorales: romero y espliego, y una miel multifloral. La comercialización se realiza en tarros de cristal.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador se encuentran inscritos 45 productores, que manejan 10.337 colmenas, y 18 industrias de envasado. En 2011, la producción total ha sido de 178.820 kg y la comercialización con Denominación de Origen Protegida ha sido de 105.718 kg.



## Miel de Liébana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona geográfica abarca todos los términos municipales de la comarca de Liébana, perteneciente a la Comunidad Autónoma de Cantabria. Los municipios

que conforman la comarca son: Cabezón de Liébana, Camaleño, Cillorigo de Liébana, Pesaguero, Potes, Tresviso y Vega de Liébana.

**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 de Tenerife

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona geográfica de producción de la miel amparada por la DOP "Miel de Tenerife" abarca todo el territorio de la isla de Tenerife.

**CARACTERÍSTICAS:** La DOP Miel de Tenerife ampara las siguientes mieles monoflorales: miel de Retama del Teide, miel

de Tajinaste, miel de Aguacate, miel de Castaño, miel de Brezal, miel de Relinchón, miel de Barrilla, miel de Hinojo, miel de Poleo, miel de Agave (Pitera), miel de Malpica, miel de Teder y miel de Mielada.

Las mieles de Tenerife con DOP presentan espectros polínicos compuestos por pólenes de especies botánicas presentes en Tenerife, en proporciones tales que se correspondan con los ecosistemas de la isla, y, por tanto con ausencia de pólenes de floraciones no presentes en la misma. Las mieles de Tenerife no presentan defectos sensoriales (fermentado, ahumado, etc.) demostrado tras su análisis sensorial; sus características organolépticas: olor, sabor y textura son muy variables, así como su color que va desde el blanco agua al ámbar oscuro, debido a la diversidad y especificidad de las floraciones que las originan.

**DATOS BÁSICOS:** En el consejo Regulador figuran inscritas 6.692 colmenas, 164 explotaciones apícolas, 41 centros de extracción de miel y 9 centros de envasados de miel con una producción de 42.931 kilos de miel certificada.

## Miel Villuercas-Ibores

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación de Origen Protegida Miel Villuercas-Ibores ampara la producción de miel en una zona de más de 400.000 hectáreas, de paisaje variado y abundante vegetación, localizada en el sureste de la provincia de Cáceres, que se reparte entre 27 municipios.

**CARACTERÍSTICAS:** La producción de miel en esta zona de Extremadura es muy tradicional, con colmenas estantes que contribuyen a una mejor polinización de los cultivos. Se recolectan varios tipos de mieles: miel del bosque, procedente del roble, castaño y encina, muy aromática; miel de néctar de flores, cuyo aroma y sabor son excepcionales, y miel de retama, procedente de los arbustos y matorrales en flor.

**DATOS BÁSICOS:** Se encuentran inscritos 34 apicultores con 13.500 colmenas censadas, y 4 industrias envasadoras. La producción media anual asciende a unos 300.000 kilos de miel, de los que se certifican con DOP 60.000 kilos.



# CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO



**E**l sector industrial del chocolate y los derivados del cacao volvió en 2021 a niveles de normalidad, tanto en volúmenes de ventas, como en canales de comercialización, tras el excepcional año 2020 en el que el consumo de tabletas y bombones se disparó por los efectos de la pandemia.

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción española del sector del cacao (pasta, manteca y cacao en polvo) superó en 2021 las 203.000 toneladas por un valor de 581 millones de euros. En ambos casos, volumen y valor, los datos fueron muy superiores a los del año precedente.

En este grupo, la partida más importante (112.108 toneladas, 8.000 más que un año antes) fue la de cacao en polvo sin azúcar, cuyo valor superó los 248 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 302.000 toneladas, con un valor de 920 millones de euros. En este caso, tanto el volumen como en valor fueron inferiores a las cifras de 2020, que fue el primero de la pandemia.

A este respecto, en este grupo de productos están las barritas, los productos con baño de cacao (como frutas escarchadas) y los bombones de todo tipo.

Con respecto a estos últimos, se produjeron industrialmente 13.173 toneladas, por un valor de 80,2 millones de euros. De toda la producción, sólo 117 toneladas correspondieron a bombones con alcohol, que además registraron en 2021 una importante caída en producción.

Como era previsible, al contrario de lo que sucedió en 2020 el consumo de chocolates y bombones durante 2021 en los hogares españoles descendió, según los datos del Panel que publica el Ministerio de Agricultura. En volumen se produjo una caída del 9,6% y en valor del 7,4%. El hecho de que la facturación de esta categoría decrezca en menor medida que el volumen, se debió al efecto directo que tuvo el incremento del 2,4 % del precio medio (cerró el año a 7,74 €/kilo). Sin embargo, si se comparan los datos de 2021 con los del año 2019, previo a la pandemia, se produjo un aumento del volumen consumido en los hogares del 3,5% y del 9,2% en valor. Igualmente, el consumo per cápita de chocolate/cacao en los hogares se redujo en 2021 un 9,7%, hasta situarse en 3,63 kg,

## 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



PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE DERIVADOS DEL CACAO	
EMPRESA	Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	2.145
Natra, S.A. - Grupo	417
Ferrero Ibérica, S.A. *	217,98
Idilia Foods, S.L. *	179
Lacasa, S.A. - Grupo *	176,86
Chocolates Valor, S.A.	127,83
Sanchis Mira S.A.*	125
Lindt & Sprungli España S.A	92
Mars Multisales Spain, S.L. (División Confitería)*	68
Mondelez España Grupo* (división confitería)	57

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones.

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.

En el año 2021, la empresa líder del sector de chocolates y cacao registró unas ventas totales de cerca de 2.145 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 2021 se estimó en 417 millones de euros, también menos que un año antes.

La tercera, un grupo también, concluyó el ejercicio con unas ventas superiores a los 218 millones de euros y las siguientes empresas en el ranking se situaron a muy larga distancia de esta cifra (entre 179 y 57 millones de euros). En todos los casos, las facturaciones del año 2021 fueron muy inferiores a las del primer año de la pandemia.

Las marcas de las cadenas o marcas de distribución (MDD) tienen una gran importancia en el sector, aunque ésta no es uniforme en todos los segmentos del mercado del chocolate. Por ejemplo, en el sector de las tabletas representaban en 2021 el 42,5% del volumen comercializado en supermercados e hipermercados,

mientras que la primera marca de fabricante (MDF) acaparó el 21% (las MDD ganaron cuota y la primera marca la perdió, con respecto año anterior, según datos de la consultora IRI).

Asimismo, en el segmento de los bombones las MDD representaron el 40,3% del volumen comercializado en libre servicio (hipermercados y supermercados de más de 100m<sup>2</sup>), mientras que la primera MDF obtuvo una cuota del 20,2 %.

Durante 2021, el sector industrial del chocolate y el cacao continuó con las inversiones en I+D+i y apostando por la sostenibilidad en el envasado.

La innovación constante de las ofertas (con nuevos formatos y envases, presentación de productos más saludables, etc.), constituye uno de los rasgos que más caracterizan a este sector en los últimos años.

Esa innovación en las presentaciones se materializó en todos los segmentos del mercado del chocolate, pero especialmente en el sector de las tabletas.

Un elemento clave para promover el crecimiento de la demanda ha sido redirigir la oferta hacia el sector de los productos saludables, reduciendo de forma muy significativa su contenido de azúcar, incorporando nuevos elementos en sus composiciones y aumentando los porcentajes de cacao. La desestacionalización de los consumos ha sido también un factor fundamental para impulsar el incremento de la demanda.

El sector, por tanto, ha encontrado sus principales perspectivas de futuro en el dinamismo de los productos de mayor valor añadido.

## 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 2020 disminuyeron en volumen tanto las importaciones como las exportaciones, que hasta ese año habían registrado crecimientos anuales importantes. Por su lado, según los datos de Comercio en 2021 se exportaron 229.932 toneladas de todos los productos relacionados con el cacao y sus preparaciones (chocolate, bebidas, pasta para untar bombones, cacao en polvo, etc.) y se importaron 385.127 toneladas. En relación con el año anterior aumentaron tanto las exportaciones (19.000 toneladas más), como las importaciones (39.000 toneladas). Dentro de las importaciones, la principal partida fue la del chocolate (156.707 toneladas), seguida de la pasta de

cacao (102.452 toneladas) y del caco en grano (99.600 toneladas). Por su lado, en el grupo de las exportaciones la principal partida fue la del chocolate y otros productos similares (127.190 toneladas), seguida del cacao en polvo (85.084 toneladas).

La Unión Europea es el destino principal de las ventas de chocolate, con Francia, Portugal, Alemania e Italia.

También fueron importantes en 2021 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, los principales países de los que España importa son Alemania, Francia y Bélgica. 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 2021, los hogares españoles consumieron 167,9 millones de kilos de chocolates y derivados del cacao y gastaron 1.299,4 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,6 kilos de consumo y 28,1 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los chocolates (1,3 kilos por persona y año). En términos de gasto, los chocolates concentran el 40,6% del gasto, con un total de 11,4 euros por persona, mientras que el cacao soluble presenta un porcentaje del 17,4% y un total de 4,9 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL CHOCOLATES, CACAOS Y SUCEDANEOS	167,9	3,6	1.299,4	28,1
CHOCOLATES	61,2	1,3	527,9	11,4
CHOCOLATE TABLETAS	51,5	1,1	438,8	9,5
CON LECHE	28,5	0,6	215,1	4,6
SIN LECHE	23,0	0,5	223,7	4,8
CON ALMENDRAS	9,3	0,2	88,5	1,9
OTROS CHOCOLATES	42,2	0,9	350,3	7,6
TURRON DE CHOCOLATE	9,7	0,2	89,2	1,9
OTROS PRODUCTOS CHOCOLATE Y CACAO	106,7	2,3	771,4	16,7
BOMBONES	14,2	0,3	212,4	4,6
SNACKS CHOCOLATE	17,0	0,4	199,1	4,3
CACAO SOLUBLE	46,9	1,0	225,1	4,9
NORMAL	43,9	0,9	195,1	4,2
LIGHT	3,0	0,1	29,9	0,6
CREMA CACAO UNTAR	18,2	0,4	104,3	2,3



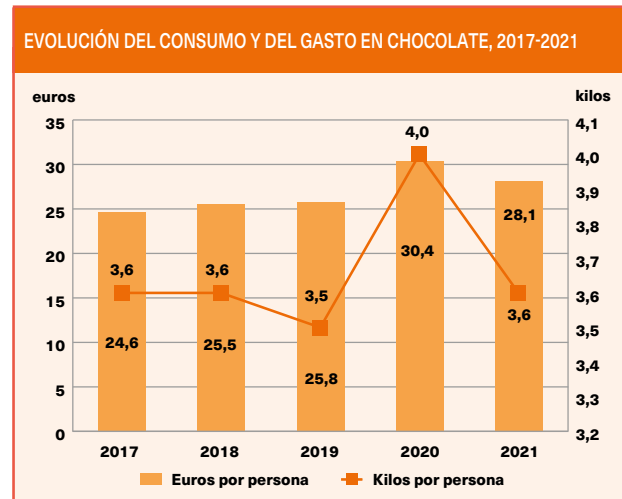
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de chocolates y derivados del cacao durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

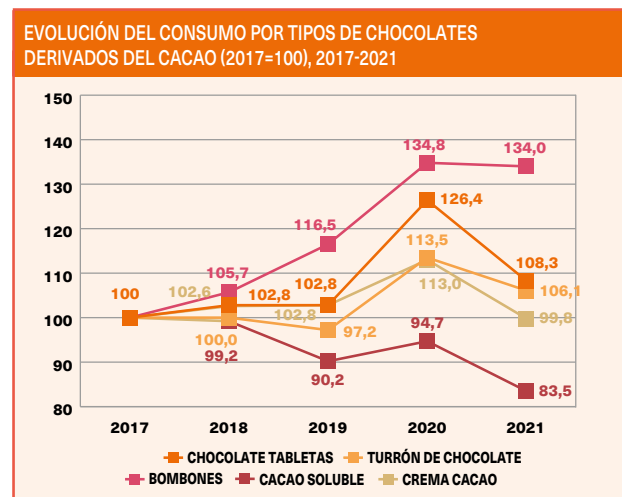
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de chocolates y derivados del cacao, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de chocolates y derivados del cacao es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años el consumo de chocolates y derivados del cacao es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de chocolates y derivados del cacao, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los hogares en los que habitan tres personas.
- Los consumidores que residen en municipios con censos de 2.000 a 10.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de chocolates y derivados del cacao, mientras que los menores consumos tienen lugar en los 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

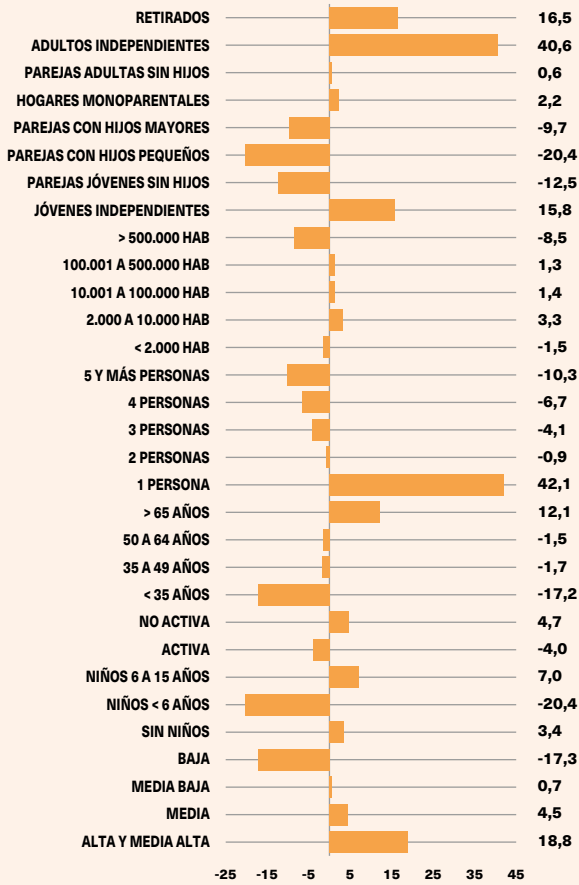
Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto de chocolates y derivados del cacao se han mantenido estables produciéndose un repunte en el año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 (respecto al año anterior, subida 0,5 kilos y de 4,6 euros) pero que se ha corregido en gran medida durante el año 2021 (bajada de 0,4 kilos y de 2,3 euros). 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 2017-2021 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque coinciden en el incremento del año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 y el ajuste a la baja en el año 2021. Respecto a la demanda de 2017, el consumo de todos los productos aumenta con las excepciones del cacao soluble y la crema de cacao.



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

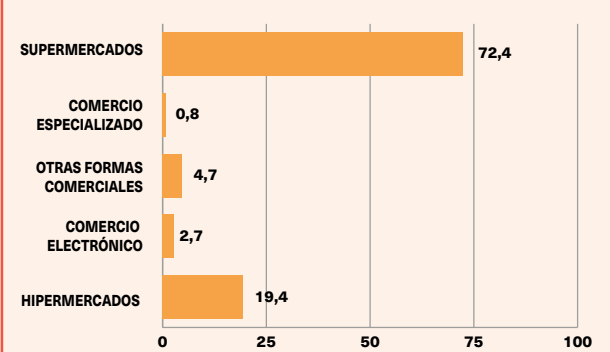


\* Media nacional = 3,6 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de chocolates y derivados del cacao a los supermercados (72,4% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 19,4%, mientras que los establecimientos especializados representan el 0,8%. Las otras formas comerciales concentran un 4,7% y el comercio electrónico llega al 2,7%.

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



# PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS



**D**espués de haber crecido inusitadamente por el aumento del consumo en el hogar durante 2020, el sector de los platos preparados y precocinados moderó en 2021 sus tasas de crecimiento.

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 2021 la producción de platos preparados a base de carne, pescado, verduras, legumbres, pasta de todo tipo o platos como la pizza congelada (no fresca), sumaron 401.739 toneladas, por un valor de 1.469 millones de euros (un 23% y un 27% respectivamente por encima de los valores del año 2020).

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 2021 se produjeron 134.175 toneladas de estos alimentos, por un valor de 527 millones de euros. El segundo lugar en cuanto a volumen fue para el grupo de "otros platos", entre los que se encuentran las pizzas congeladas (92.068 toneladas) y el tercero para los platos hechos a base de legumbres y hortalizas (80.160 toneladas, por un valor de 249 millones de euros).

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas productoras y comercializadoras de platos preparados no tiene unos rasgos nítidos.

dos, ya que conviven realidades muy diferentes en ese mercado.

En 1978 se constituyó la Asociación Española de Fabricantes de Platos Preparados (ASEFAPRE), que tiene ámbito nacional y está formada por 16 empresas, que emplean a unas 4.000 personas.

Estas empresas registraron, según datos de ASEFAPRE, un aumento de producción en 2021 del 8% con relación al año anterior, pues se produjeron unas 252.035 toneladas. Este aumento fue consecuencia de la recuperación del canal HORECA, pues en los hogares disminuyó ligeramente el consumo.

Según los datos de ASEFAPRE, de la producción total 206.812 toneladas se destinaron al mercado nacional y 45.223 toneladas a la exportación.

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 empresa 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 2021 la primera empresa productora en volumen fue un grupo nacional que elabora además ensaladas y platos étnicos. La producción estimada fue de 17.000 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 2021 cerca de 13.000 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 caso 10.000 toneladas.

## COMERCIO EXTERIOR

No se disponen de cifras contrastados sobre el comercio exterior de platos preparados. Según ASEFAPRE, las 16 compañías que la componen exportaron durante el ejercicio 2021 unas 45.200 toneladas, lo que supone un 18% más que en el año 2020 y también representa el 21% de toda su producción. En los últimos años, el porcentaje de ventas al exterior de ASEFAPRE se ha ido incrementado progresivamente.

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.

Asimismo, se han puesto a la venta productos adaptados a las necesidades de los consumidores, que van desde los que sustituyen la proteína animal por vegetal (legumbres, cereales, etc.), a los platos sin azúcar, con fibra, etc. El objetivo de la industria es encontrar alimentos preparados cada vez más saludables y por ello, también se ha trabajado mucho en las líneas de productos aptos para celíacos y para los intolerantes a la lactosa.

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".

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 2021 el crecimiento fue mucho más moderado que en 2020, que fue un

año excepcional para este sector por las consecuencias de la pandemia.

Según datos de la consultora Nielsen, en 2021 las ensaladas y los platos de conserva de pescado o verdura ocuparon el primer puesto tanto en volumen comercializado, como el valor. Por detrás se situaron los platos hechos a base de legumbres, carne, arroz y pasta.

## LIDERAZGO DE LAS MARCAS DE DISTRIBUCIÓN

Las marcas de distribución (MDD) lideran el mercado en hipermercados y supermercados. En el caso de las legumbres y vegetales, representaron en 2021 el

47,9% del volumen comercializado, según la consultora IRI, mientras que la primera marca de fabricante (una gran multinacional) obtuvo el 32,9% de la cuota. Sin embargo, el valor alcanzado por las ventas de las MDD fue inferior al de la primera marca de fabricante.

El tirón de la demanda ha hecho que muchas empresas nuevas se lanzaran a la producción de legumbres y verduras a temperatura ambiente en 2021.

Igualmente, durante la pandemia también crecieron 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

Como en años anteriores, el grupo de los platos deshidratados tuvo en 2021 un desarrollo muy desigual, pues mientras las ofertas más clásicas (pasta, arroz, sopa de sobre, etc.) volvieron a registrar caídas de ventas y consumo, las más modernas (noddles orientales y similares) experimentaron un nuevo crecimiento, tanto en su formato "vaso", como en bolsas.

Según datos de la consultora Nielsen, la comercialización de caldos, cremas y otros platos deshidratados durante 2021 experimentó un crecimiento mínimo, pero hay que tener en cuenta que un año antes el consumo se había disparado. Por productos, aumentó.

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 2021, 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 hummus 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

La Encuesta Industrial de Producto, que publica anualmente el Instituto Nacional de Estadística (INE), estima que la producción de alimentos perecederos, como la pizza fresca y los sándwiches, ascendió en 2021 a 37.000 toneladas, 10.000 más que el año anterior.

El valor alcanzado por estas producciones, según el INE, superó los 121 millones de euros, cuando un año antes no había llegado a 99 millones.

El mercado de los sándwiches lleva muchos años evolucionando positivamente porque ha sabido adaptarse muy bien las tendencias del mercado. En 2020, este mercado se resintió por el cierre parcial del canal HORECA, pero en 2021 se recuperó.

Según las estimaciones de la consultora IRI, en volumen las ventas de sándwich y bocadillos en hipermercados y

supermercados superó en un 18% los niveles previos a la pandemia.

Todas las empresas del sector del bocadillo aumentaron su facturación en 2021. La primera en volumen de producción sacó al mercado unos 28 millones de unidades (casi 8 millones más que un año antes), mientras que la segunda también creció hasta los 14,7 millones y la tercera hasta los 4,3 millones. La cuarta empresa del ranking, especializada en marca de distribución (MDD), sacó al mercado 3,5 millones.

Entre las novedades que aparecieron en el mercado durante 2021 destacaron los nuevos formatos (flautas, perritos, productos sin gluten, etc.) y también los bocadillos de inspiración internacional (México, Estados Unidos, países asiáticos, etc.). ■

## ALIMENTOS “PLANT BASED”

En los últimos años han aparecido en el mercado productos elaborados a base de proteínas vegetales, que son conocidos mundialmente como alimentos “plant-based” y han podido desarrollarse gracias al uso de las nuevas tecnologías aplicadas a la agroindustria.

En la cada vez más extensa gama de alimentos “plant-based” destacan productos que pretenden emular en su presentación a preparados de origen cárnico, pero que están hechos con legumbres como las lentejas, los guisantes, las alubias o la soja.

El consumo de alimentos “plant based” no está todavía muy generalizado en España, pero a nivel mundial su desarrollo es algo mayor. Según un estudio de la empresa de investigación irlandesa Reserch and Markets, el valor de estas producciones en el mercado mundial rondará en 2028 los 18.500 millones de dólares.

Por su lado, según datos de la consultora IRI los platos vegetarianos (entre los que están incluidos los alimentos “plant-based”) movieron durante 2021 en la distribución organizada un total de 7.185 toneladas, un 19,6% más que en el año precedente. Asimismo, el valor de estos alimentos se acercó a los 79 millones de euros. Dentro de este sector, las alternativas vegetales a productos cárnicos fueron las que más crecieron en ventas durante 2021.

A este respecto, hay muchas empresas españolas (incluso dentro del propio sector cárnico o de la gran distribución), que están interesadas en esta línea de negocio con el objetivo de diversificar su oferta y expandirse, ante la cada vez más dura lucha contra los que recomiendan un menor consumo de carne.

Otra gama de alimentos “plant-based” es la de las bebidas elaboradas a base de legumbres (soja principalmente), cereales (avena) o frutos secos (almondra). De acuerdo con los datos de la consultora IRI, en los supermercados e hipermercados españoles se comercializaron durante 2021 un total de 232,8 millones de litros de este tipo de bebidas, por un valor de casi 299 millones de euros. Tanto en volumen como en valor, los datos del año 2021 fueron mayores que los del año precedente, lo que da idea de la positiva evolución que tienen estos productos.

Finalmente, la oferta actual de alimentos “plant-based” se completa con la serie de postres con una base vegetal y que en los últimos años han experimentado un notable crecimiento en ventas. En esta gama de productos destaca la mayor convivencia de marcas de distribuidor (MDD) y marcas de fabricante (MDF), pertenecientes a grandes grupos internacionales del sector lácteo. ■



## CONSUMO Y GASTO EN PLATOS PREPARADOS

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 776,4 millones de kilos de platos preparados y gastaron 3.453,3 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 16,8 kilos de consumo y 74,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las sopas y cremas (6,1 kilos por persona y año), seguido de los platos preparados congelados (2,7 kilos per cápita), de las pizzas (2,5 kilos per cápita), y de los platos

preparados en conserva (2,0 kilos per cápita). En términos de gasto, las pizzas concentran el 21,3% del gasto, con un total de 15,9 euros por persona, seguido por los platos preparados congelados, con un porcentaje del 18,9% y un total de 14,1 euros por persona al año. A continuación, se encuentran los platos preparados en conserva, con el 16,5% y 12,3 euros por persona, y los sopas y cremas, con el 11,8% y un total de 8,8 euros por persona al año. El resto de platos preparados acapara el 25,3% restante, con un total de 18,9 euros por persona al año.

### CONSUMO Y GASTO EN PLATOS PREPARADOS DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PLATOS PREPARADOS	776,4	16,8	3.453,3	74,6
PLATOS PREPARADOS CONSERVA	93,1	2,0	569,6	12,3
CONSERVA CARNE	34,9	0,8	268,8	5,8
CONSERVA PESCADO	3,2	0,1	34,5	0,7
CONSERVA VEGETAL	38,0	0,8	160,1	3,5
CONSERVA LEGUMBRE	17,1	0,4	56,1	1,2
CONSERVA PASTA	17,0	0,4	106,2	2,3
PLATOS PREPARADOS CONGELADO	124,4	2,7	653,8	14,1
CONGELADO CARNE	33,2	0,7	149,5	3,2
CONGELADO PESCADO	41,1	0,9	257,0	5,6
CONGELADO VEGETAL	20,7	0,4	96,5	2,1
CONGELADO PASTA	18,8	0,4	83,2	1,8
OTROS PLATOS PREPARADOS CONGELADOS	10,5	0,2	67,5	1,5
SOPAS Y CREMAS	284,1	6,1	409,0	8,8
GAZPACHO Y SALMOREJO	74,8	1,6	146,7	3,2
SOPAS Y CREMAS HORTALIZAS	40,0	0,9	66,3	1,4
PIZZA	114,5	2,5	736,6	15,9
PASTA RESTO	13,5	0,3	129,3	2,8
TORTILLAS REFRIGERADAS	24,6	0,5	81,4	1,8
OTROS PLATOS PREPARADOS	122,2	2,6	873,5	18,9

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

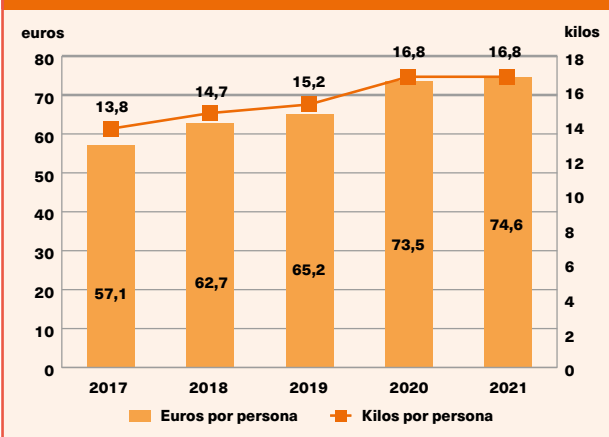
En términos per cápita, el consumo de platos preparados durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- 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, Murcia y Baleares 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

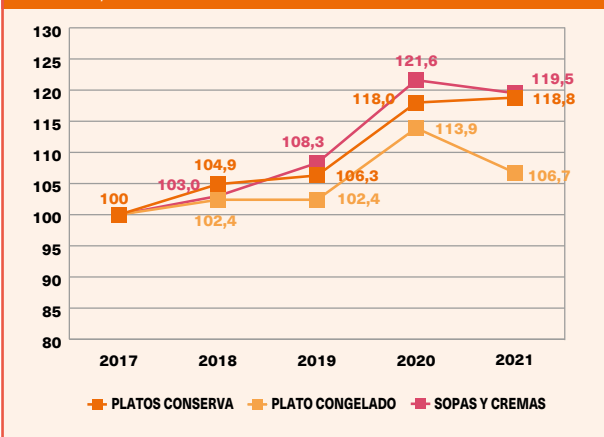
Durante los últimos cinco años, el consumo de platos preparados ha aumentado 3,0 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 17,5 euros per cápita. En el periodo 2017-2021, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el año 2021 (16,8 kilos y 74,6 euros por consumidor).

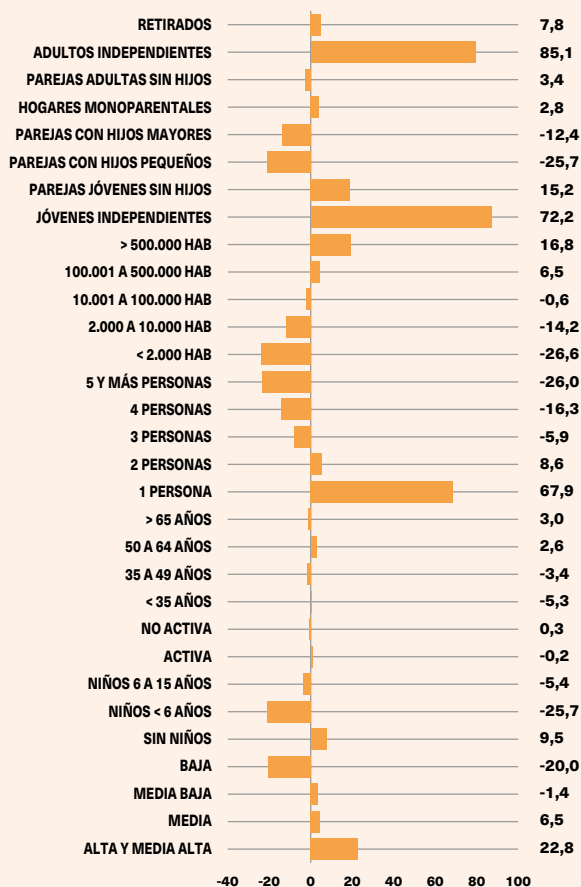
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PLATOS PREPARADOS, 2017-2021



En la familia de platos preparados, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido favorable para todos los tipos de producto especialmente en el año 2020 motivo por los efectos de la COVID-19. Respecto a la demanda de 2017, el consumo de platos preparados en conserva, sopas y cremas y platos preparados congelados aumenta.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PLATOS PREPARADOS (2017=100), 2017-2021

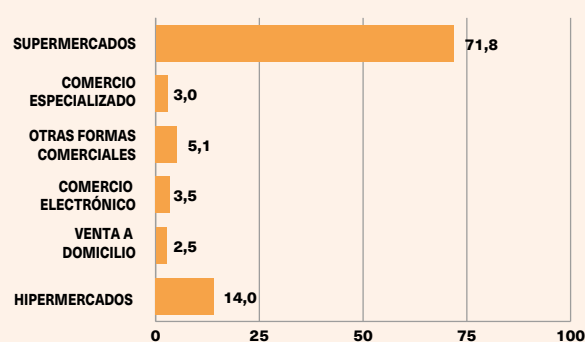


**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PLATOS PREPARADOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\***


\* Media nacional = 16,8 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de platos preparados a los supermercados (71,8% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 14,0% y los establecimientos especializados llegan al 3,0%. La venta a domicilio representa el 2,6%, mientras que el comercio electrónico llega al 3,5%. Finalmente, otras formas comerciales alcanzan una cuota del 5,1% restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PLATOS PREPARADOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**


# CALDOS Y SOPAS

## CONSUMO Y GASTO EN CALDOS Y SOPAS

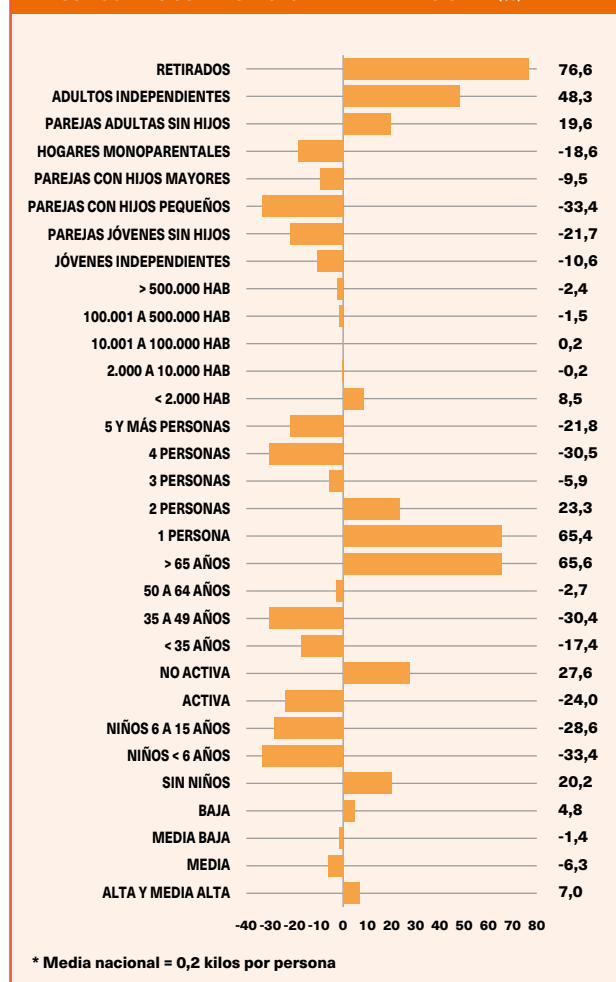
Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 8,6 millones de kilos de caldos y sopas y gastaron

88,5 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,2 kilos de consumo y 1,9 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN CALDOS Y SOPAS DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL CALDOS Y SOPAS	8,6	0,2	88,5	1,9

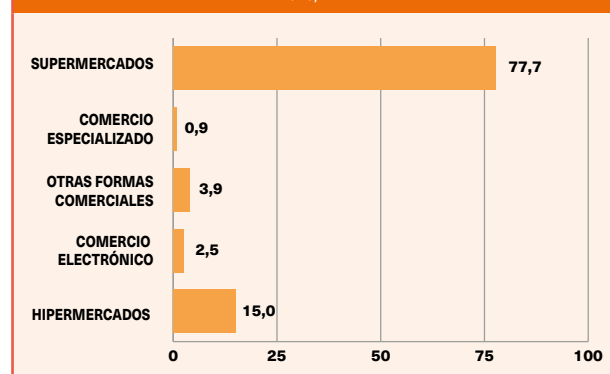
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE CALDOS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



## CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de caldos y sopas a los supermercados (77,7% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 15,0% y los establecimientos especializados llegan al 0,9%. El comercio electrónico con 2,5% y otras formas comerciales con 3,9% cubren la cuota restante.

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CALDOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021



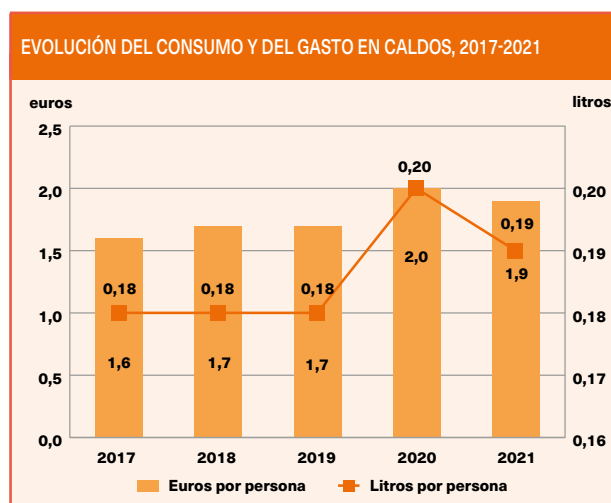
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de caldos y sopas durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

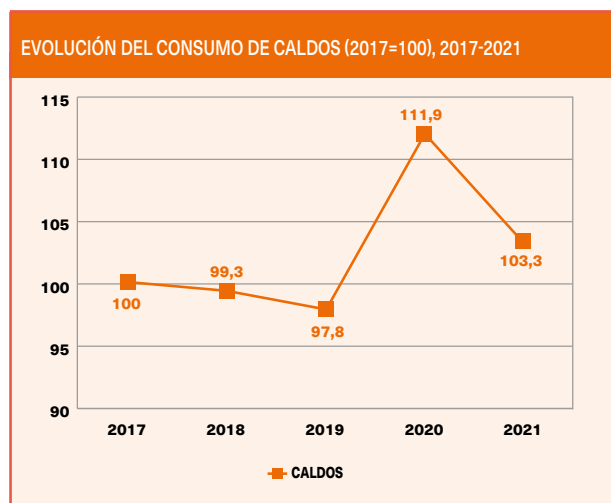
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de caldos y sopas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 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 por encima de 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos y adultos independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, las parejas jóvenes sin hijos, los jóvenes independientes y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas La Rioja, Baleares y Cantabria cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a la Cataluña, Cantabria, Andalucía y, sobre todo, a 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 en el año 2021. En el periodo 2017-2021, 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 2017-2021 y respecto a la demanda de 2017, 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 el último año.



# PRODUCTOS DIETÉTICOS

**E**l 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.

Aunque los datos anuales son buenos, los márgenes de crecimiento para este sector continúan siendo grandes ya que los niveles de consumo registrados en España están todavía muy por debajo de los de la mayoría de los países de 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.

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN DIETÉTICA E INFANTIL

EMPRESA	Mill. Euros
Nestlé España, S.A. Grupo *	2.145
Vicky Foods Products *	405
Cerealto Siro Foods, S.L. *	380
Hero España, S.A. *	180
Abbott Laboratories, S.A. - División Nutrición	160
Laboratorios Ordesa, S.L. *	130
Liquats Vegetals, S.A. *	86
Go Fruselva, ETVE, S.L. *	40
Alimentación y Nutrición Familiar S.L. (ALNUT)	25
Lactalis Nutrición Iberia S.L.	5,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones.

Los snacks y la leche de soja son los otros dos productos que más espacio ocupan en los lineales de productos 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.

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Hace unos años, eran sólo unas pocas empresas las que trabajaban en el mercado de los alimentos dietéticos, pero últimamente el auge de la demanda ha hecho que muchas otras se hayan incorporado a este mercado.

El sector empresarial de productores y comercializadores de alimentos dietéticos está compuesto por va-

rios 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 % 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

**M**uy 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 encontrar.

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 cerca del 4 % al año. Dentro de este segmento, son las leches sin lactosa las que muestran un comportamiento más dinámico.

En el caso de las galletas, el crecimiento de la gama funcional es más moderado, por lo que el sector productor estima que hay mucho margen para crecer.

Por su lado, las bebidas funcionales suponen el 45 % de todo ese mercado en valor y el 48 % en volumen, aunque su crecimiento se ha visto paralizado en los últimos ejercicios, según las consultoras. En el caso de las bebidas de cola, las referencias más saludables (zero y light) copan ya el 48 % del consumo.

Finalmente, dentro del pan de molde, las referencias integrales crecen también a un ritmo de más del 1 % anual.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En sentido estricto, no hay un sector empresarial de alimentos funcionales, ya que todos estos productos son parte de la oferta de las empresas y estos alimentos están presentes en todos los principales sectores alimentarios.

De manera general, los fabricantes de alimentos funcionales tienden a ser grandes grupos 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, aunque estos hechos constituyen excepciones dentro de un mercado dominado por los grandes grupos alimentarios, muy a menudo de carácter multinacional.

Algunos de estos enormes operadores apuestan de forma decidida por este tipo de productos y están reconvirtiendo sus catálogos para reforzar estas ofertas. La importancia de las marcas de distribución (MDD) depende de la consolidación del producto funcional.

Así, en los casos en que se encuentran claramente asentados y cuentan ya con un largo recorrido, son las marcas blancas las que han conseguido acaparar la mayoría de las ventas, como ocurre, por ejemplo, con la leche. ■

## ALIMENTACIÓN PARA DEPORTISTAS

**E**l 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 barritas (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 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 barritas 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

**U**na dieta adecuada y equilibrada proporciona ya los nutrientes necesarios para el normal desarrollo y mantenimiento de un organismo sano, pero según algunas investigaciones realizadas 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 se 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 en INE, se fabricaron en 2021 un total de 40.805 toneladas de estos suplementos, por un valor de 301 millones de euros. Existe una amplia gama de nutrientes y otros elementos que pueden estar presentes en los comple-

mentos 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 enumerados en el anexo I, y en las formas enumeradas en el anexo II de la Directiva 2002/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de junio de 2002, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de complementos alimenticios. Además, podrán utilizarse en la fabricación de los complementos alimenticios las sustancias con efecto nutricional o fisiológico que se incluyen en el anexo del Real Decreto 1487/2009, de 26 de septiembre, modificado por el Real Decreto 130/2018, de 16 de marzo, relativo a los complementos alimenticios en las condiciones establecidas por el mismo. ■



# ALIMENTACIÓN INFANTIL

**D**irectamente relacionado con la baja natalidad y con la crisis económica, el sector de los alimentos para bebés continuó en 2021 por la senda descendente de los últimos años.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el número de nacimientos en España continuó a la baja en 2021, aunque con un descenso porcentual menor que en años anteriores. En total, nacieron 336.811 niñas y niños, un 1,3% menos que en 2020. En la última década (2011-2021), el número de nacimientos descendió en un 28,6%.

Por meses, se observó una bajada de nacimientos más acusada en los dos primeros del año, que refleja la disminución de embarazos producidos durante el confinamiento, que se inició a mediados de marzo de 2020.

Según el INE la gran mayoría de estos bebés (264.897) eran hijos de madres españolas y el resto (71.914) de madres extranjeras.

Al margen de la caída de la natalidad, el consumo de alimentos infantiles se redujo de manera bastante significativa hace unos años, debido a que muchas mujeres dejaron sus trabajos y se encargaron directamente de la alimentación de sus hijos. Actualmente, el consumo promedio de alimentos infantiles está por debajo del que tienen otros países similares a España.

Se considera que un/a niño/a español/a consume alrededor de 44 kilos de potitos y comidas infantiles al año. Además, se estima que su consumo de harinas y papillas ronda los 34 kilos anuales, a los que habría que añadir unos 30 litros de leches infantiles. El consumo de zumos infantiles sigue siendo todavía poco importante.

El mercado total de alimentos infantiles en la distribución alimentaria durante el pasado año se acercó a las 56.000 toneladas y los 225 millones de euros. Los productos listos para tomar (potitos, postres lácteos, galletas, papillas líquidas y zumos) aportan más del 50% del valor total de estos alimentos y después se sitúan las leches infantiles y los cereales.

Otras estimaciones más amplias, en las que se incluyen leches en polvo, líquidas de continuación y crecimiento, cereales y papillas, potitos-tarritos, 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

Hasta hace unos años, las farmacias acaparaban la práctica totalidad del comercio de alimentos infantiles, pero poco a poco van perdiendo peso a favor de la dis-



tribución organizada, que ha irrumpido con fuerza en este mercado y, no obstante, las farmacias continúan teniendo su principal fortaleza en las leches y fórmulas infantiles en polvo y sus ventas duplican en valor las de los establecimientos de distribución organizada (190 millones de euros frente a 83 millones). La distribución organizada, por el contrario, controla ya la gran mayo-

ría 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

**A**demás de los alimentos para bebés, hay también una heterogénea oferta de alimentos para niños de hasta 14 años de edad.

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 variando 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 reflejados 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

**E**l sector industrial de las especias y condimentos tuvo un buen balance en 2021, continuando con la tendencia al crecimiento del año anterior, en el que se disparó la venta en el "retail".

Según datos de la consultora IRI, las ventas de especias y colorantes en hipermercados y supermercados aumentaron un 9,7% en volumen, hasta llegar a unas 4.900 toneladas por un valor de 122,6 millones de euros, sólo en retail. Por su lado, en los mismos centros de distribución y para el mismo periodo disminuyeron las ventas de hierbas, tanto en volumen como en valor (2.467 toneladas por 61 millones de euros).

Las hierbas que más se comercializaron en 2021 en hipermercados y supermercados fueron el ajo (1.086 toneladas por un valor de 16,8 millones de euros), seguido muy de lejos por el orégano (332,7 toneladas y 10,3 millones de euros) y la albahaca (209,6 toneladas y 2,35 millones de euros). También fueron importantes las ventas de cebolla, perejil, mezcla de hierbas, laurel y tomillo.

En cuanto a las especias, según la consultora IRI la primera en ventas en 2021 fue el pimentón (1.247 toneladas y 20,5 millones de euros). Esta especie representó el 23,9% del volumen de especias total comercializado en hipermercados y supermercados.

Por detrás, a mucha distancia en volumen y en valor, se situaron la pimienta, el colorante, la canela, el comino, el curry, las sales especiales, la nuez moscada y el azafrán, que con sólo 3 toneladas vendidas alcanzó un valor de 14,9 millones de euros.

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de empresas de especias y condimentos se caracteriza por su gran atomización. Se encuentran en actividad alrededor de 70 empresas que superan el millón de euros anuales de facturación.

El líder sectorial, con producciones en otros sectores, facturó en 2021 unos 114 millones de euros en la gama de especias, con una producción de 35.200 toneladas, mientras que la segunda empresa (con una marca de fabricante muy reconocida) llegó a 69 millones de euros (su producción rondó las 4.500 toneladas) y la tercera, a 48,3 millones de euros (con datos de facturación de otros sectores). Finalmente, la cuarta empresa facturó cerca de 34 millones de euros en ejercicio 2021 y el resto de las compañías quedaron por debajo de los 29,8 millones de euros.

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS ESPECIAS

EMPRESA	Mill. Euros
Sabater Spices (Grupo)	114
Jesús Navarro S.A. (Carmencita)	69
Manufacturas Ceylan, S.L.	48,3
Juan José Albarracín S.A.	34
Paprimur S.L.	29,83
Pimursa S.L.	25,6
Conservas Dani S.A.	19,5
Mccormick España, S.A.	18,5
Juan Navarro García S.A.	17,7
Félix Reverte, S.A.	12,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021

Las marcas de distribución (MDD) tienen una gran importancia también en este mercado por los precios más baratos. En 2021 representaban el 73 % de las ventas en volumen, mientras que la primera oferta con marca de fabricante (MDF) tenía una cuota de sólo el 7,4 % y la segunda del 6,4 %, según la consultora IRI. Al contrario que en año precedente, en 2021 aumentó la cuota de las MDD y disminuyó 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 el año 2021 se exportaron especias y hierbas por un volumen de 113.494 toneladas, un 7% más que en el año anterior que fue el primero de la pandemia.

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 108.322 toneladas, según datos de Comercio. Este volumen fue superior en un 4% al de las compras del año 2020. 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. ■

## SALSAS

El mercado español de las salsas siguió creciendo en 2021, a pesar de los negativos efectos de la pandemia en el sector de la hostelería y la restauración. El consumo de estos productos en los hogares se disparó en el confinamiento del año 2020, pero en 2021 se produjo una caída del consumo doméstico, tanto en volumen como en valor.

La producción total de salsas en España es difícil de calcular. Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos que publica el INE, la producción industrial de salsa de tomate y "kétchup" alcanzó en 2021 las 410.498 toneladas, por un valor de 347 millones de euros. Por su lado, la producción de mayonesa y otras salsas emulsionadas llegó a 203.463 toneladas, por un valor de 318 millones de euros; la de mostaza elaborada quedó en 4.763 toneladas y la salsa de soja en 83 toneladas. Asimismo, también se produjeron 88.156 toneladas de otras salsas y condimentos compuestos, que el INE no especifica, por un valor de 379 millones de euros.

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, que no han dejado invertir en él, incluso en los años de la pandemia.

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 produce cerca 105.000 toneladas anuales.

El segundo es una filial de una compañía multinacional, con una producción de 75.000 toneladas entre tomate, kétchup y mayonesa, mientras que la tercera empresa en volumen producido también es local y so-

bresale en salsa de tomate, con una producción anual por debajo de las 37.000 toneladas.

Dentro del sector industrial de las salsas para cocinar y deshidratadas hay especialistas de origen italiano, junto a grandes grupos multinacionales, y algo similar ocurre entre las salsas frescas.

Las marcas de distribución (MDD) tienen mucha importancia en el mercado de las salsas, acaparando más del 70 % del total comercializado en volumen en el caso del tomate frito; el 40 % del total en el de la mayonesa y el 57 % en el del kétchup. La gran mayoría de las empresas del sector están optando por la sostenibilidad empresarial, centrando sus inversiones en nuevos envases y materias primas más ecológicas y respetuosas con el bienestar animal.

### 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 2021 se exportaron un total de 3.979.353 toneladas y se importaron 1.651.916 toneladas. Tanto dentro de las exportaciones, como de las importaciones, la principal partida fue la de kétchup y las salsas similares: 1,6 millones de toneladas exportadas y 424.679 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. ■

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE SALSAS REFRIGERADAS Y EN AMBIENTE

EMPRESA	Mill. Euros
Conservas El Cidacos *	370
H.J. Heinz Food Spain, S.L.*	103
Gallina Blanca S.A (The GB FOODS)*	180,99
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U (Grupo IAN)*	250,59
Unilever España, S.A*	489
Compre y Compare Grupo*	198
Nestlé España, S.A. * Grupo	2.145
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	193,44
Grupo Helios*	180
Choví, S.L*	47,6

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones

## CONSUMO Y GASTO EN SALSAS

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 134,2 millones de kilos de salsas y gastaron 521,1 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 2,9 kilos de consumo y 11,3 euros de gasto.

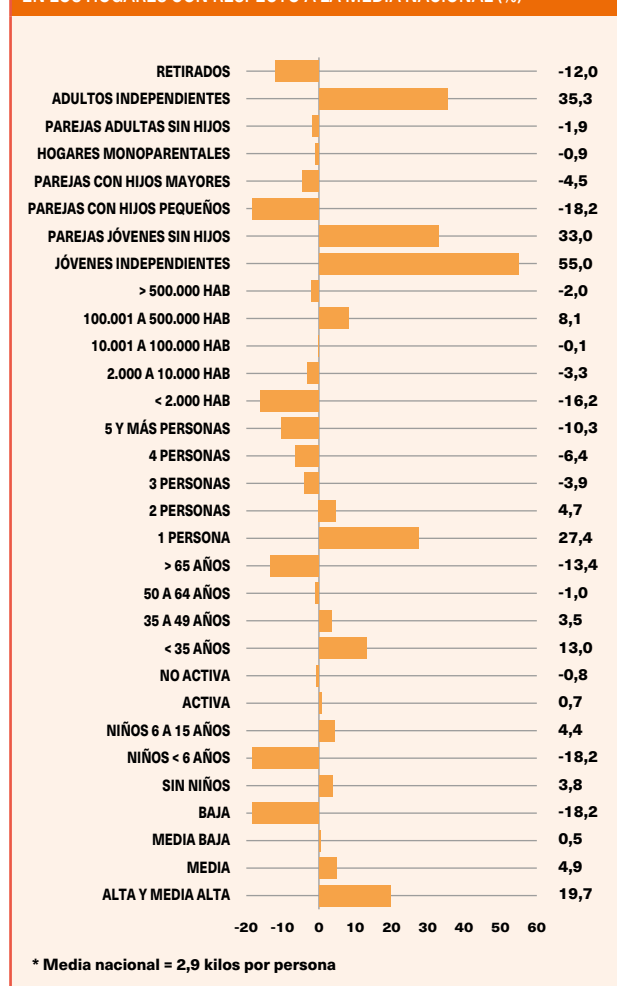
El consumo más notable se asocia a la mayonesa (1,2 kilos por persona y año), seguido del ketchup (0,5 kilos per

cápita) y de la mostaza (0,1 kilos por persona al año). El resto de salsas supone 1,1 kilos per cápita. En términos de gasto, la mayonesa concentra el 31,8%, con un total de 3,6 euros por persona, el ketchup presenta un porcentaje del 10,6% y un total de 1,2 euros por persona al año, y la mostaza supone el 2,6% del gasto total en salsas, con 0,3 euros per cápita, mientras que el resto de salsas alcanza un importante porcentaje del gasto, un 54,0%, con 6,1 euros por persona al año.

### CONSUMO Y GASTO EN SALSAS DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL SALSAS	134,2	2,9	521,1	11,3
KETCHUP	22,6	0,5	55,3	1,2
MAYONESA	54,6	1,2	168,7	3,6
MAYONESA LIGHT	10,5	0,2	34,2	0,7
MOSTAZA	3,9	0,1	15,8	0,3
OTRAS SALSAS	53,1	1,1	281,3	6,1

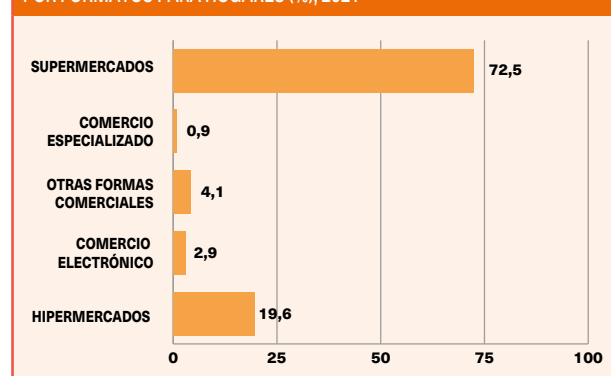
### DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE SALSAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)\*



## CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de salsas a los supermercados (72,5% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 19,6%. Los establecimientos especializados representan un 0,9%, el comercio electrónico el 2,9% y las otras formas comerciales el 4,1% restante.

### CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SALSAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021



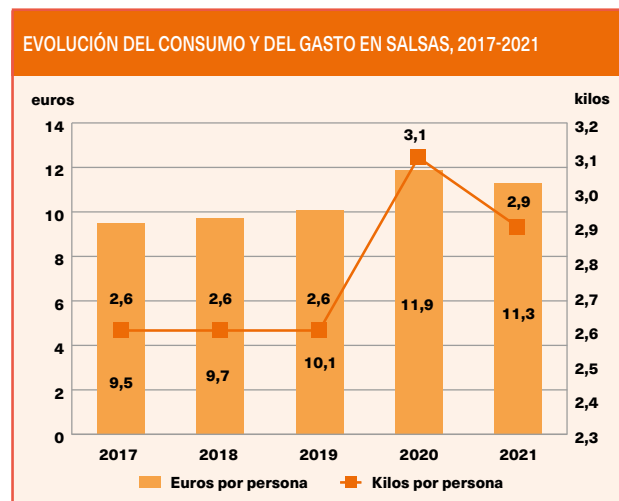
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de salsas durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

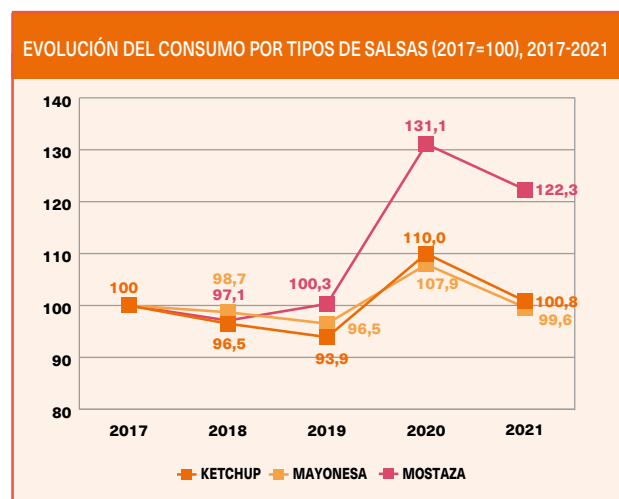
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños entre 6 y 15 años consumen más cantidad de salsas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores 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, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre los retirados, las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, los hogares monoparentales 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 0,3 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 1,8 euros per cápita especialmente por el repunte del ejercicio 2020 motivado por los efectos de la COVID-19. En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado tuvo lugar en el ejercicio 2020 (3,1 kilos por consumidor) mientras que el gasto más elevado también se produce en 2020 (11,9 euros por persona).



En la familia de salsas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 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 del año 2021. Respecto a la demanda de 2017, el consumo de ketchup y mostaza experimentan un crecimiento y la mayonesa presenta un ligero descenso. ■



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

## CANARIAS

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN

COCHINILLA DE CANARIAS

## EXTREMADURA

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PIMENTÓN DE LA VERA \*

## CASTILLA-LA MANCHA

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

AZAFRÁN DE LA MANCHA \*

## 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 annum* y dan lugar a 3 tipos de pimentón: dulce, agri dulce y picante. En marzo se inicia su cultivo

en semilleros en los que permanecen hasta mayo, procediéndose a su trasplante a terrenos de asiento. El ciclo de cultivo de la planta se prolonga hasta primeros de octubre, mes en el que tiene lugar la recolección y su posterior selección, secado y molienda para la obtención del pimentón.

**DATOS BÁSICOS:** En el registro del Consejo Regulador hay inscritos 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 annum* L., de la variedad Bola, recolectados maduros, sanos, limpios y secos. El producto obtenido es dulce, con un fuerte y penetrante olor característico, de gran poder colorante, graso y sabroso. Su color es de un rojo brillante y presenta gran estabilidad de color y aroma.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritas 300 hectáreas de cultivo y 13 empresas que producen más de medio millón de kilos y comercializan una media anual de 250.000 kilos con DOP.





Sólo esta etiqueta  
garantiza el sabor  
de La Vera



*El intenso  
e insuperable  
sabor de La Vera*



**JUNTA DE EXTREMADURA**

Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural,  
Población y Territorio



**UNIÓN EUROPEA**

Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural.  
Europa invierte en las zonas rurales

# 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 2021 la producción de sal de cocina ascendió a 45.534 toneladas (un 6% más que en el año precedente), por un valor de 12.888 millones de euros (1,8 millones más que en 2020). 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.

Aunque la tendencia general en los últimos años ha sido la reducción del consumo de sal, lo cierto es que en 2020 aumentó su uso en los hogares españoles por el confinamiento, pero en 2021 el consumo volvió a niveles normales.

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 más de dos decenas de 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 se acerca a 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 2021 las exportaciones españolas de sal específicamente para la alimentación humana superaron los 5,23 millones de toneladas, mientras que las importaciones ascendieron a 840.112 toneladas, según los datos de Comercio. ■



## CONSUMO Y GASTO EN SAL

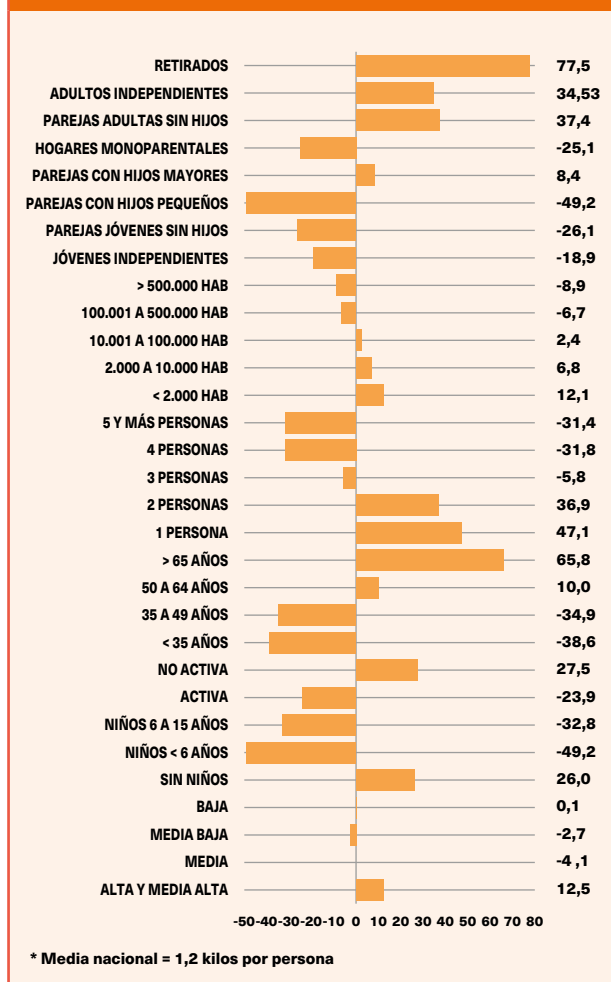
Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 55,1 millones de kilos de sal y gastaron 28,2 millo-

nes de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 1,2 kilos de consumo y 0,6 euros de gasto.

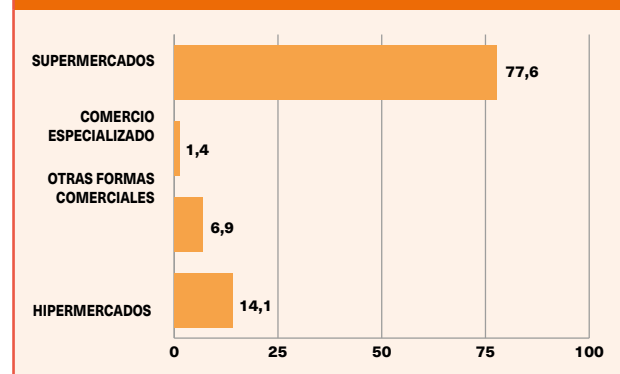
### CONSUMO Y GASTO EN SAL DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL SAL	55,1	1,2	28,2	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 (%), 2021



## CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sal a los supermercados (77,6% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 14,1% y los establecimientos especializados llegan al 1,4%. Las otras formas comerciales suponen el 6,9% restante.



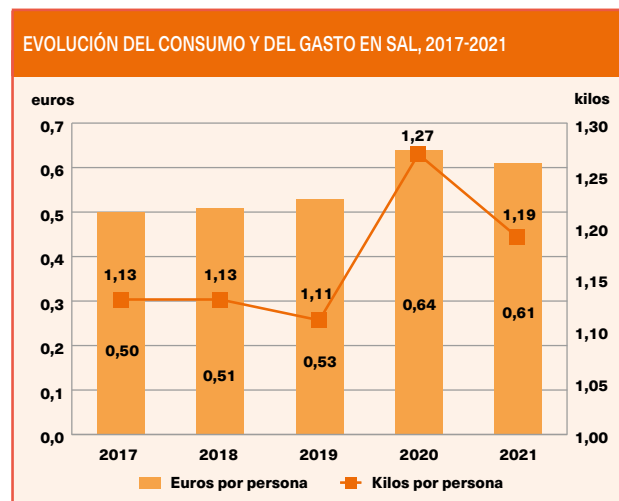
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de sal durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

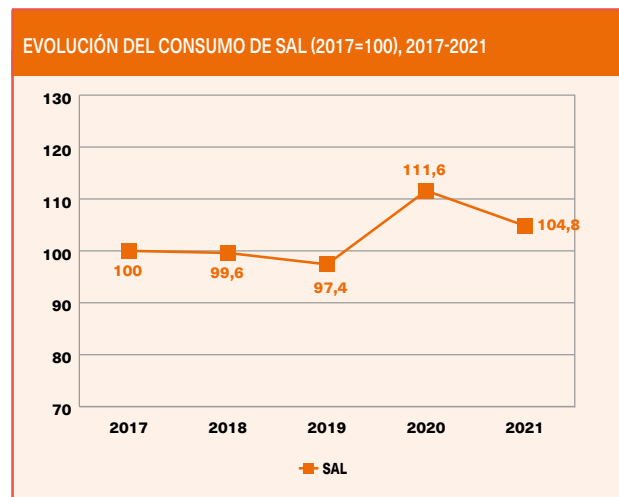
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de sal, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de sal es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de sal es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de sal, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los hogares formados por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de sal, mientras que los menores consumos tienen lugar en las grandes ciudades (más de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, los jóvenes independientes, las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Murcia y Andalucía 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 que se ha corregido a la baja en el año 2021. En el periodo 2017-2021, 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 2017-2021, y respecto a la demanda de 2017, 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 en el año 2021. ■



# VINAGRE

**E**l sector industrial del vinagre registró en 2021 una caída de producción importante, en consonancia con la caída del consumo, especialmente en el canal HORECA.

Así, la producción industrial de vinagre (de vino y otros tipos) disminuyó en 2021 un 9,5% en volumen hasta los 141,7 millones de litros y alcanzó un valor de 87 millones de euros, un 5,4% menos, según la Encuesta Industrial de Productos, que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE).

De la producción total, 104,8 millones de litros eran vinagre de vino y 37 millones de litros eran vinagre de sidra, cerveza, etc.

Por su lado, el valor del vinagre de vino superó los 62,3 millones de euros, mientras que el valor de las otras vinagres subió también hasta los 24,7 millones de euros.

Por otra parte, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) en la campaña 2021 se destinó a vinagrería 333.178 hectolitros de vino, un 15,2% 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 (D.O.P), que son todos andaluces: Jerez, Condado de Huelva y Montilla-Moriles. Entre las tres denominaciones suman una producción de vinagre protegido de unos 3,2 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 42% 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 1,5 litros por persona y año, mientras que en Bélgica llegan hasta los 2,7 litros per cápita, en Alemania se sitúan en 2,2 litros y en Francia casi llegan a los 2 litros.

Los consumidores españoles demandan principalmente vinagres de vino y, en los últimos tiempos, parecen optar de manera más decidida por vinagres con denominaciones de origen, vinagres balsámicos y cremas de vinagre.

Esta situación contrasta con la de otros países, donde son más populares los vinagres de cereales (Reino Unido, Estados Unidos, etc.).

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial del vinagre lleva años 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 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 D.O.P Condado de Huelva, hay registradas como productoras de vinagre 9 bodegas; en la D.O.P Vinagre de Jerez unas 20 bodegas elaboraron vinagre en la campaña 2021 y en la D.O.P Vinagre Montilla Moriles, unas 5.

## COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de vinagres es muy favorable para nuestro país, ya que las exportaciones superan ampliamente a las importaciones. En el año 2021 según los datos de Comercio Exterior, la balanza comercial del sector del vinagre y sucedáneos tuvo un saldo positivo de 47.478 toneladas, cifra inferior a la del año pre-

cedente. Las exportaciones ascendieron a 69.5806 toneladas y las importaciones sumaron 21.328 toneladas. Con relación al año anterior, aumentaron tanto las compras como las ventas.

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, Francia e Italia. A continuación, y con un crecimiento muy notable en los últimos años, se sitúa Estados Unidos.

Dentro de las importaciones, destacan las de vinagres balsámicos de origen italiano, aunque su volumen ha disminuido de manera notable durante los últimos años al comenzar a elaborarse este tipo de vinagres en nuestro país. Por detrás de los balsámicos, a mucha distancia, se posicionan las importaciones de vinagre de manzana.

Buena parte de las ventas de vinagre con denominación de origen se exporta fuera de España, con porcentajes que van desde casi el 60% en el caso de la D.O.P Vinagre de Jerez, al 20% que exporta la marca de calidad Vinagre de Calatayud. ■

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

## ANDALUCÍA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

VINAGRE DE JEREZ \*

VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA \*

VINAGRE MONTILLA-MORILES \*\*\*\*

## ARAGÓN

## MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

VINAGRE DE VINO

## LA RIOJA

## REGISTRADO Y CERTIFICADO

VINAGRES VÍNICOS

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



## Vinagre del Condado de Huelva

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN



DENOMINACIONES DE ORIGEN  
CONDADO DE HUELVA  
VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA  
Y VINO MARANJA DEL CONDADO DE HUELVA

**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie de producción de vinagre protegida se extiende sobre una superficie de 4.500 hectáreas de viñedo repartidas en 18 municipios de la provincia de Huelva, coincidentes con la denominación de origen de los vinos Condado de Huelva.

**CARACTERÍSTICAS:** Se obtiene a partir de vinos procedentes de la DO que son sometidos a un proceso de acetificación, clarificación y filtración y que posteriormente se someten a envejecimiento y son enriquecidos con vino generoso que aumenta el residual de alcohol y que al reaccionar con el ácido acético mejora el aroma del vinagre. Se producen Vinagres del Condado de Huelva, que son los del año, y Vinagres Viejos del Condado de Huelva, que son de tres tipos: Solera, envejecido mediante el sistema de criaderas y soleras durante un tiempo superior a seis meses e inferior a un año; Reserva, con el mismo tipo de envejecimiento pero con un tiempo superior a un año, y Añada, envejecido mediante el sistema de añadas durante más de tres años.

**DATOS BÁSICOS:** En el registro del Consejo Regulador figuran 11 empresas bodegueras, que producen más de 3,5 millones de litros de vinagre comercializados con la DO.

## Vinagre de Jerez

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** El ámbito de producción de la Denominación de Origen Protegida Vinagre de Jerez está constituido por 7.000 hectáreas de los municipios de Chipiona, Rota, Puerto Real, Chiclana de la Frontera, Trebujena, Jerez de la Frontera, El Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda. En estos tres últimos municipios también se encuentra la zona de envejecimiento reconocida oficialmente.

**CARACTERÍSTICAS:** El vinagre se obtiene, únicamente, del mosto/vino de la Denominación de Origen Jerez/Xerès-Sherry y Manzanilla Sanlúcar de Barrameda. Su crianza se realiza en vasijas de madera, con un envejecimiento mínimo de 6 meses para los vinagres de Jerez de tipo normal y más de 2 años para el Reserva y 10 años para el Gran Reserva. Su color característico es caoba oscuro. Destaca a la nariz su presencia en madera y su sabor es concentrado y generoso.

**DATOS BÁSICOS:** Hay 27 empresas elaboradoras de Vinagre de Jerez que comercializan 5,3 millones de litros anuales, de los que el 50% se exporta.

# CAFÉ

**E**spaña es uno de los primeros países de Europa en producción de café tostado, si bien en el territorio nacional casi no hay producción (sólo se produce una pequeña cantidad de café en Canarias).

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos del INE, la producción de café en el año 2021 (sin tostar descafeinado, café soluble, tostado sin descafeinar y tostado descafeinado) ascendió a 173.488 toneladas, un 17% más que en el año anterior, por un valor de 1.189,6 millones de euros.

El grueso de la producción fue café tostado sin descafeinar (131.951 toneladas, por un valor de 964 millones de euros), pero también se produjeron cafés tostados descafeinados (19.481 toneladas, por un valor de 162,2 millones de euros) y cafés sin tostar descafeinados (22.056 toneladas, por 62,5 millones de euros).

Según la encuesta del INE, también se produjeron en 2021 unas 58.359 toneladas de extractos, esencias y concentrados de café y sus preparaciones, que alcanzaron un valor de 389,8 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 2021 en torno a 182.000 toneladas, después de recuperarse tras la caída importante del año 2020 provocada por la crisis de la covid.

Según esta asociación, la producción de café en los años previos a la pandemia había crecido notablemente, permitiendo que España se convirtiera en el segundo país productor de Europa, por detrás de Alemania.

## HOGAR Y CANAL HORECA

Según AECafé, España es junto al Reino Unido uno de los países de Europa con las cuotas más altas de ventas en el canal HORECA. La crisis del coronavirus hundió las ventas del sector de la hostelería y la restauración hasta en un 40%, pero a pesar de ello se sigue sirviendo café en unos 220.000 establecimientos de hostelería. En este sentido, de 10 cafés que se sirven en España en el canal HORECA, 9 son sin descafeinar y 1 es descafeinado, según las mismas fuentes.

Por su lado, el canal alimentación acapara el 74% de las ventas totales del sector, según los datos de AECa-

## 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.

fé, un porcentaje que se ha incrementado mucho en los últimos años debido a la pandemia y al cierre parcial de la hostelería.

Por su lado, a nivel mundial la Organización Internacional del Café estimó que el consumo aumentó en la campaña 2020/21 un 1,3% frente a la campaña anterior debido a la recuperación del consumo en los hogares como consecuencia de los efectos de la pandemia.

## CÁPSULAS DE SEGUNDA GENERACIÓN

Dentro del canal alimentación, las ventas de cápsulas de café continuaron en 2021 su imparable crecimiento y representaron el 23% de todo el consumo de café en el hogar, según estimaciones de AECafé.

Por su lado, el Ministerio de Agricultura en su panel anual de consumo alimentario estimó que en 2021 el café en cápsulas supuso el 22% 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. De hecho, según el Ministerio, se compró en los hogares menos café en cápsulas que en 2020, pero se pagó casi el mismo dinero.

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.

Una tendencia que se mantuvo en 2021 fue la de las llamadas cápsulas de segunda generación, que son los envases sostenibles y biodegradables. Estas cáps-



sulas se imponen cada vez más en los lineales de supermercados e hipermercados.

Además, el sector de las cápsulas es el que está absorbiendo el grueso de las inversiones en el sector y están atrayendo nuevos competidores en el lineal.

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El mercado nacional del café aparece claramente controlado por unos pocos y grandes grupos multinacionales que, normalmente, tienen un papel protagonista en diversos sectores alimentarios.

Debido a la situación provocada por la pandemia (cierres parciales en hostelería, ausencia de turistas, etc.), en 2020 entraron en el mercado del café nuevos operadores con negocios en otros sectores agroalimentarios. En 2021, 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 40.000 toneladas, superior a la del ejercicio anterior, con unas ventas en el conjunto de sus negocios que superaron los 2.313 millones de euros (el porcentaje que corresponde al café sería inferior a los 1.000 millones de euros).

La segunda empresa por facturación en el segmento del café llegó a alcanzar un valor de 269 millones de euros; la tercera rondó los 120 millones de euros; la cuarta, especializada en productos solubles para las marcas de distribución, se situó en cerca de 90 millones de euros, mientras que la quinta llegó a 83 millones de euros.

Como organización empresarial representativa en el sector está la Asociación Española del Café (AECafé), que está formada por 115 compañías de 16 comunidades autónomas, que operan en alguna de las diversas facetas de la actividad cafetera: importación de café verde, café en grano tostado y molido, fabricación de café soluble, comercialización, distribución, venta y exportaciones.

Esta asociación, que nació en 2018, es heredera de la Federación Española del Café, que fue creada en 1985. Defiende los intereses del 90% del sector cafetero español en todas sus vertientes (importación, distribución y comercialización, tostado y soluble), pues representa a las empresas del café verde, el café soluble y el café tostado. 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 IRI, en 2021 representaron el 52% de todo el volumen de café molido comercializado en distribución organizada, frente al 19% de la primera marca de fabricante (MDF). Este porcentaje bajó hasta el 33% en el caso de las cápsulas (la primer MDF tuvo una cuota del 37,5%).

## COMERCIO EXTERIOR

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 2021 se importaron 340.000 toneladas de los distintos tipos de café, por un valor de 304,6 millones de euros, según datos de Comercio. Con relación al año precedente, las compras disminuyeron un 1% en volumen, pero aumentaron un 19% en valor.

Mientras, las exportaciones aumentaron un 17% en volumen, al superar las 69.308 toneladas, según las mismas fuentes. Dentro de las exportaciones, destacaron las ventas de café sin tostar (descafeinado o no) y tostado.

En 2021 Vietnam fue de nuevo el principal proveedor de café para el mercado español, con el 29% del total. Bastante por debajo se situaron Brasil, Alemania, Uganda, Colombia y Costa de Marfil.

En cuanto a las exportaciones españolas de café, en volumen el primer destino en 2021 fue Portugal, seguido de Reino Unido, que hasta 2019 ocupaba el primer puesto. También fueron importantes las ventas a Francia, Suiza, Bélgica, Grecia e Italia.

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.

## 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.

La Encuesta Industrial de Productos del INE correspondiente al año 2021 registró una producción de achicoria tostada y otros sucedáneos del café tostado

de casi 1,1 millones de kilos, un volumen algo inferior al que se produjo en 2020. Por su lado, el valor alcanzado por estas producciones fue de 1,9 millones de euros, según datos del INE. ■



## CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 83,1 millones de kilos de café y gastaron unos 1.203,3 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 1,8 kilos de consumo y 26,0 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 46,2% del gasto, con un total de 12,0 euros por persona, seguido por el café soluble, con un porcentaje del 27,3% y un total de 7,1 euros por persona al año. A continuación, se encuentra el café mezcla, con el 10,4% y 2,7 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL CAFES	83,1	1,8	1.203,3	26,0
CAFE TORREFACTO	1,1	0,0	7,8	0,2
CAFE NATURAL	33,3	0,7	557,2	12,0
CAFE MEZCLA	19,8	0,4	126,5	2,7
CAFE DESCAFEINADO	11,3	0,2	164,6	3,6
CAFE SOLUBLE	15,9	0,3	328,7	7,1
SUCEDANEOS DE CAFE	1,7	0,0	18,6	0,4
CAFÉ EN CAPSULAS	18,3	0,4	648,9	14,0
CAFÉ DESCAFEINADO EN CAPSULAS	3,6	0,1	136,6	3,0
CAFÉ NO DESCAFEINADO EN CAPSULAS	14,4	0,3	508,0	11,0

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

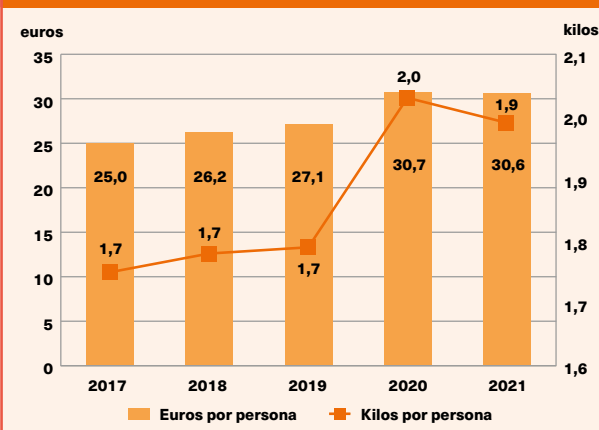
En términos per cápita, el consumo de café durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- 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, independientemente de la edad de los mismos, en el caso de las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas Canarias, Asturias y Galicia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia, Andalucía y Castilla-La Mancha.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

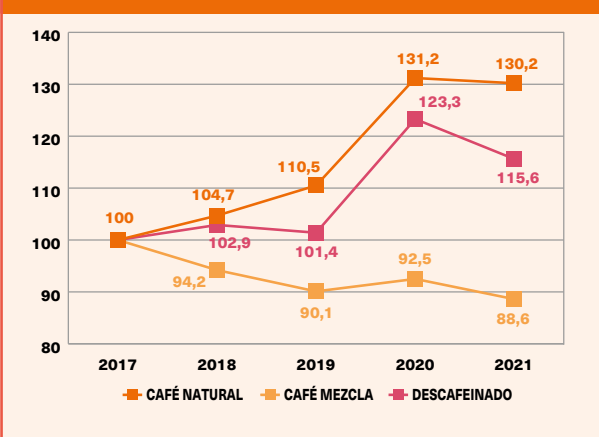
Durante los últimos cinco años, el consumo de café e infusiones se había mantenido estable pero en el año 2020 se produce un ascenso motivado por los efectos de la COVID-19 que prácticamente se ha mantenido durante el año 2021, mientras que el gasto ha experimentado igualmente un incremento con respecto a los ejercicios precedentes. En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (2,0 kilos), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2020 (30,7 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES, 2017-2021

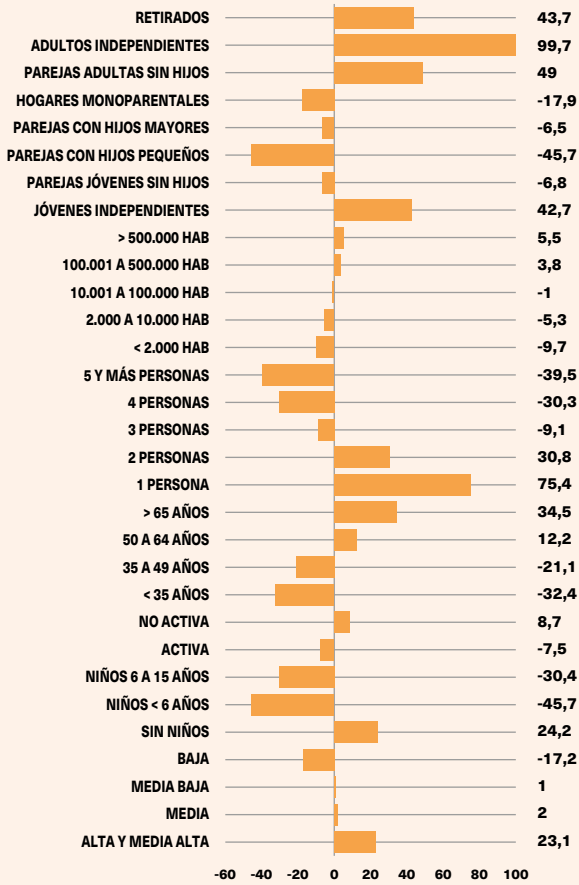


En la familia de café, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2017, todos los niveles de demanda son superiores a excepción del café mezcla.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CAFÉ (2017=100), 2017-2021



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

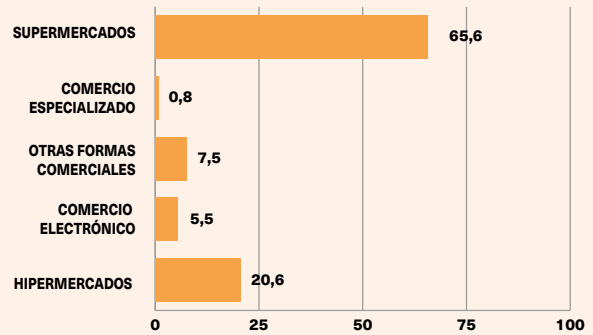


\* Media nacional = 1,8 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de café a los supermercados (65,6% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 20,6% y los establecimientos especializados llegan al 0,8%. Comercio electrónico con 5,5% y otras formas comerciales con 7,5% cubren el resto del mercado. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



## TÉ Y OTRAS INFUSIONES

**E**l sector de los té y las infusiones en España lleva años viviendo un buen momento debido a que su industria ha sido capaz de adaptarse a las necesidades y demandas del consumo.

Especialmente relevante es el crecimiento el consumo doméstico, que se incrementó por los efectos de la pandemia y el cierre intermitente de la hostelería en 2020.

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos, que publica anualmente el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2021 la producción de té e infusiones (manzanilla, tila, hierba mate y extractos de té) superó las 5.131 toneladas, un volumen superior en un 4,5% al del año precedente. Asimismo, el valor de estas producciones sumado rondaría los 101,7 millones de euros, un 2% más que en el año anterior.

De la producción total, 4.295 toneladas correspondieron a infusiones (manzanilla, tila, etc.), un volumen que superó al de 2020. El valor de estas producciones rondó los 89,6 millones de euros, según datos del INE.

Por su lado, la producción industrial de té (verde y negro en envases) se estimó en 836,8 toneladas (9% más que en 2020), por un valor de 11,9 millones de euros.

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS INFUSIONES

EMPRESA	Mill. Euros
Pompadur Ibérica	42,86
Jacobs Douwe Egberts Es, S.L.U (1)	33
Martínez y Cantó, S.L	31
Plantafarm, S.A	28,3
Amoros Nature	18
Azaconsa S.L	16,68
Expressate, S-L*	16,2
Unilever S.A. (1)	11
Nectarán, S.L	5,6
Murcianica de Herboristería, S.A	5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones.(1) Estimación sector infusiones

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

La concentración y la fuerte penetración de empresas con una elevada participación de capitales internacionales son los dos rasgos más característicos del



sector industrial de productoras y comercializadoras de té e infusiones en España.

Como en el caso del café, en el sector de las infusiones las empresas también se han volcado en la innovación como forma de ampliar su mercado. Propuestas de nuevos sabores y la actualización de ingredientes clásicos como el romero o la lavanda, son algunas de las propuestas junto con la producción biológica u orgánica.

También se están produciendo, en consonancia con lo que se hace en el sector del café, innovaciones en el envasado de las infusiones, en las que prima la eliminación de los plásticos.

El principal grupo del sector registró en 2021 unas ventas superiores a los 42 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 31 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, así como también en valor. La presencia de MDD es más intensa en el mercado del té que en el de las infusiones.

### COMERCIO EXTERIOR

En España no hay prácticamente cultivo de té, aunque sí existen algunas producciones selectas (como por ejemplo en Canarias). El mercado español se abastece de té, principalmente, de China, India y Alemania.

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.

En España, la balanza comercial de las infusiones y el té tiene un marcado carácter negativo que se acrecentó en el año 2021. Según los datos de Comercio, las importaciones de té ascendieron a 6.974 tonela-

das (100 más que en el año anterior) y las exportaciones sumaron 1.328 toneladas (212 toneladas más).

El valor de las compras rondó los 43,8 millones de euros (7% más) y el de las ventas, los 11,2 millones de euros (un 20% superior al valor del año anterior).

A estos volúmenes habría que sumar otras 1.845 toneladas importadas de yerba mate (por encima del año anterior) y unas exportaciones de 70,7 toneladas, según datos de Comercio. El valor de las compras de yerba mate rondó los 5 millones de euros y el de las ventas, los 300.000 euros.

En el caso de las infusiones, los mayores proveedores son algunos países de la Europa del Este y los Balcanes, seguidos por Reino Unido y Holanda.

Destacan en los últimos años las importaciones de yerba mate, procedentes de Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, que cubren la demanda fundamentalmente de los consumidores migrantes y que cada año se incrementa frente al té que desciende.

En cuanto a las exportaciones, el grueso son de empresas envasadoras de té y yerba mate, si bien hay algunas ventas exteriores de manzanilla que se recoge en zonas de Castilla-La Mancha, Andalucía, Castilla y León y Navarra. ■



## CONSUMO Y GASTO EN INFUSIONES

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 6,7 millones de kilos de infusiones y gastaron 213,5 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 0,1 kilos de consumo y 4,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al té (0,04 kilos y 1,43 euros por persona y año) seguido de la manzanilla (0,02 kilos y 0,41 euros por persona y año).

### CONSUMO Y GASTO EN INFUSIONES DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
INFUSIONES	6,73	0,15	213,55	4,61
INFUSIONES ENVASADAS	6,34	0,14	206,37	4,46
INFUSIONES GRANEL	0,39	0,01	7,17	0,15
TE	1,81	0,04	66,29	1,43
MANZANILLA	0,71	0,02	18,82	0,41
POLEO	0,32	0,01	7,05	0,15
OTRAS INFUSIONES	3,90	0,08	121,38	2,62



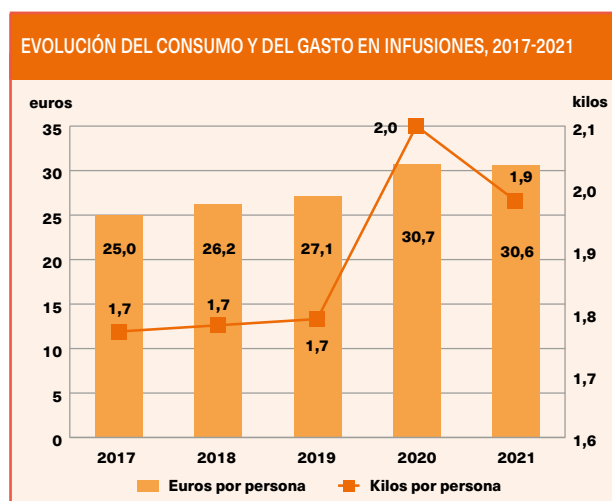
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de infusiones durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

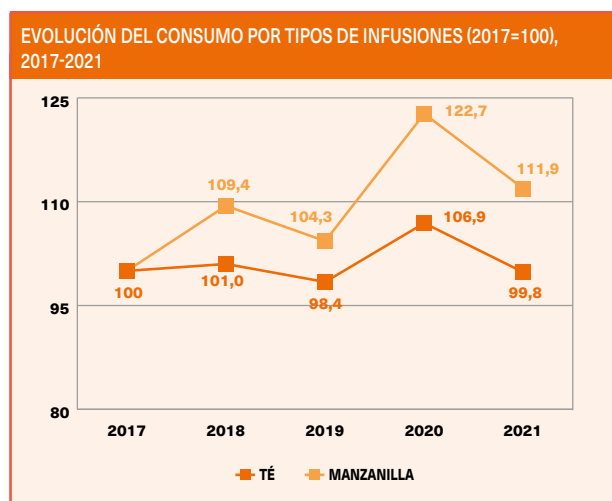
- Los hogares de baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase alta y media alta tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de infusiones, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- 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 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, 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 Galicia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Rioja 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 el año 2021, mientras que el gasto ha experimentado igualmente un incremento con respecto a los ejercicios precedentes. En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (2,0 kilos), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2020 (30,7 euros por consumidor).

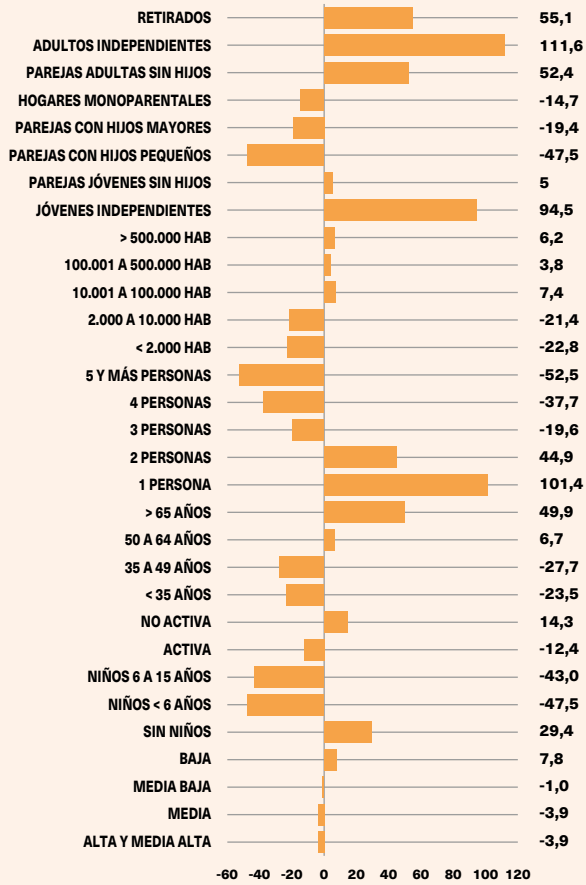


En las infusiones, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido bastante similar para té y manzanilla destacando la subida de demanda en el año 2020. Respecto a la demanda de 2017, el nivel de demanda de la manzanilla es superior y prácticamente similar en el caso del té.





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

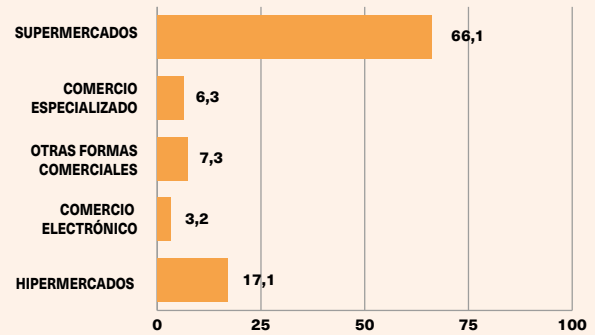


\* Media nacional = 0,1 kilos por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de infusiones a los supermercados (66,1% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 17,1% y los establecimientos especializados llegan al 6,3%. Comercio electrónico con 3,2% y otras formas comerciales con 7,3% cubren el resto del mercado. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE INFUSIONES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



# CERVEZA



**E**l sector de la cerveza experimentó en 2021 un ligero crecimiento, en comparación con los negativos datos del año anterior, aunque sin llegar a los niveles prepandemia. Aumentó la producción, creció la exportación y el consumo per cápita se mantuvo.

La cerveza, al igual que el vino o la sidra, está incluida en el texto 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 proceso 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.

El valor de mercado de la cerveza en nuestro país supera los 15.500 millones de euros (más del 1,3% del PIB) y además, el sector cervecero genera unos 7.000 millones de euros en valor añadido para la economía española.

Tras un año 2020 muy negativo para el sector, el 2021 fue el año de la recuperación y para algunas compañías, un año histórico en facturación.

Según los datos de Cerveceros de España, la asociación que agrupa a los principales productores del sector, el consumo se incrementó en 2021 hasta los 40 millones de hectolitros (en 2020 habían sido 36). De

este volumen total, el 49% fue consumo en el hogar y el 51% en hostelería.

Con relación a 2020, como era de esperar aumentó el porcentaje consumido fuera del hogar. Por su lado, el consumo per cápita también se mantuvo en el mismo nivel que el año anterior: 50 litros al año, según Cerveceros de España.

De acuerdo con los datos de Cerveceros de España, las empresas asociadas pusieron en el mercado 38,11 millones de hectolitros en 2021, un volumen superior en 3,4 millones al de 2020, pero por debajo del nivel de 2019.

Por tipos de envase, los barriles recuperaron posiciones al tiempo que se abría la hostelería y la restauración. En 2021 representaron el 20% de la cerveza que salió al mercado (un año antes eran el 17%); las botellas el 39% (frente al 38% en 2020) y las latas el 41% (frente al 45%). Estas diferencias porcentuales son consecuencia directa del aumento del consumo en el canal HORECA.

Las botellas de vidrio son los envases que registran una mayor tasa de retorno por reutilización y reciclaje.

De acuerdo con los datos de Cerveceros de España, la comercialización de cerveza registró un incremento medio del 9,1% en volumen, con respecto a 2020 y fueron la zona noreste del país, Baleares y la zona centro las que más crecieron porcentualmente en consumo. No obstante, en cifras absolutas la zona sur (Andalucía, Sur de Extremadura, Ceuta y Melilla) fue la que más consumió: 8,73 millones de hectolitros, el 24% de todo lo comercializado. A esta zona le siguieron la zona centro, con Madrid a la cabeza, que consumió el 22,6% del total.

El consumo de cerveza sin alcohol ha dejado de ser anecdótico desde hace unos años, pues además España es el país europeo líder en producción y consumo de cerveza sin alcohol, aunque curiosamente en 2020 se paralizó el crecimiento del consumo "sin" por el confinamiento.

En 2021 se recuperaron las ventas, a la vez que se abrió la hostelería y finalmente se comercializaron 2,6 millones de hectolitros, frente a los 2,4 millones de 2020.

## 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 inferior al

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CERVEZAS

EMPRESA	Mill. Euros
GRUPO Mahou-San Miguel	1.472
GRUPO Damm	1.488
GRUPO Heineken España	850
Corporación Hijos de Rivera	610,4
CIA Cervecera de Canarias, S.A	130
GRUPO Ágora	83,9
La Sagra Brew, S.L (artesana)	8,5
Bebidas de Calidad Madrid (Cervezas La Virgen)	7,2
La Salve Bilbao, S.L	1,6
Cervezas Gran Vía, S-L	2

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones.

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

Cerveceros de España es la asociación que agrupa a los productores de cerveza y tiene, entre los principales objetivos, la puesta en valor de este alimento como dinamizador de la economía española (producción agrícola, hostelería, turismo, etc.).

Según sus datos, en 2021 había 510 empresas cerveceras registradas, 7 más que un año antes. Cataluña encabezaba el ranking, con 114 centros de producción (1 más que en 2020), seguida de Andalucía (73, uno menos) y Castilla y León (40, cinco menos).

La pandemia supuso un cambio de tendencia en el sector, que afectó especialmente a las empresas de menor tamaño. El número de centros con una producción inferior a los 50.000 hectolitros descendió un 26%

en 2021 respecto a un año antes (se contabilizaron 271 centros).

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. Casi un 31,5% de la producción de 2021 salió de un único grupo cervecero; el segundo grupo en el ranking produjo el 27% y el tercero el 25%. La producción artesanal de cerveza no llega al 0,2% del total.

La importancia económica del sector cervecero es grande, pues las empresas productoras aportan cerca del 20% de la facturación de todo el sector de las bebidas.

La principal empresa del sector es un gran grupo, que facturó en 2021 más de 1.472 millones de euros, cuando en 2020 había facturado 1.253 millones. En volumen, este grupo empresarial sacó al mercado 1.470 millones de litros, también muy por encima del volumen del año precedente.

Por su lado, el segundo grupo también superó los 1.400 millones de euros, con una producción de 1.200 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 850 millones de euros y la cuarta entidad en el ranking es un grupo nacional, que facturó unos 610 millones de euros. Desde el sexto lugar al décimo del ranking de empresas, las facturaciones oscilaron entre los 130 millones de euros y los 2 millones.

## CONSUMO Y GASTO EN CERVEZAS

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 1.011,4 millones de litros de cerveza y gastaron 1.404,2 millones de euros en este producto. En términos per cápita se llegó a 21,8 litros de consumo y 30,3 euros de gasto.

El mercado de la cerveza es más marquista que otros. En 2021, el 31,9% del volumen comercializado en la distribución organizada fueron marcas de distribuidor (MDD), mientras que la primera marca de fabricante (MDF) tenía el 28,9% de la cuota y la segunda el 18,4%, según los datos de la consultora IRI. En valor, la primera MDF pasó de representar el 19,8% al 32,7% en el año 2021.

## 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.

A pesar de todo lo sucedido en 2021, la exportación de cerveza española creció un 5% hasta llegar a 3,63 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, seguido de Reino Unido, cuyas compras aumentaron un 10% con respecto al año anterior. Tras estos dos países volvieron a repetir como destinos principales China y Guinea Ecuatorial.

En cuanto a las importaciones, en 2021 también crecieron, pero en menor medida que en el año anterior (un 8,1% hasta los 5,57 millones de hectolitros). Los principales proveedores de cerveza para el mercado español fueron países de la UE como Bélgica, Francia (que incrementó un 20% sus ventas a España) y Portugal. ■

El consumo más notable se asocia a la cerveza con alcohol (18,4 litros por persona y año), mientras que la cerveza sin alcohol alcanza 3,5 litros por persona. En términos de gasto, la cerveza con alcohol concentra el 84,5% del gasto, con un total de 25,6 euros por persona, mientras que la cerveza sin alcohol supone el 15,8% del gasto con 4,8 euros por persona.

### CONSUMO Y GASTO EN CERVEZAS DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL CERVEZAS	1.011,4	21,8	1.404,2	30,3
CERVEZA CON ALCOHOL	850,5	18,4	1.183,0	25,6
CERVEZA SIN ALCOHOL	160,8	3,5	221,2	4,8
CERVEZA ARTESANALES	0,78	0,02	2,25	0,05

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

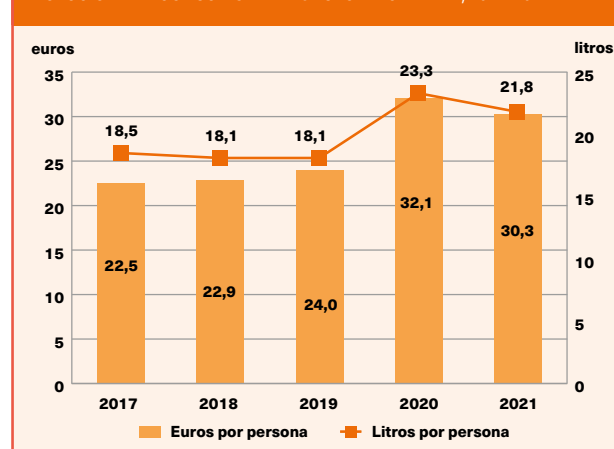
En términos per cápita, el consumo de cerveza durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- 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 entre 100.000 y 500.000 habitantes cuentan con menor consumo per cápita de cerveza, mientras que los mayores consumos tienen lugar en los municipios 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, parejas adultas sin hijos, parejas jóvenes sin hijos, parejas con hijos mayores y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre 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

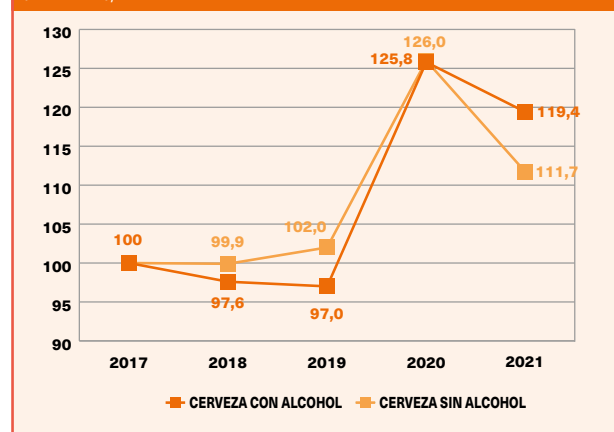
Durante los últimos cinco años, el consumo de cerveza ha contado con distintos aumentos (especialmente durante los dos últimos años) mientras que el gasto ha sido bastante estable con aumentos en el año 2020 y en el año 2021 respecto al periodo 2017-2019. Entre 2017 y 2021, el consumo más elevado se 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).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN CERVEZA, 2017-2021

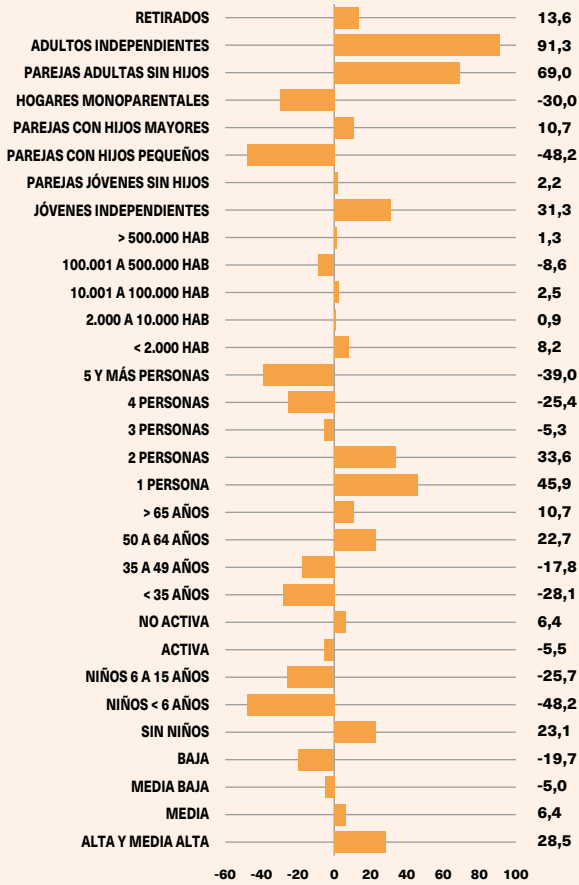


En la familia de cervezas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido bastante parecido para ambas variedades de cerveza (destaca el incremento del año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 y el ajuste a la baja en el año siguiente). Respecto a la demanda de 2017, el consumo tanto de cerveza con alcohol como de cerveza sin alcohol son más elevados.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CERVEZAS (2017=100), 2017-2021



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

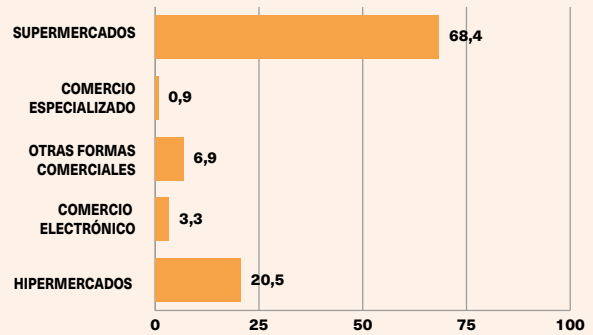


\* Media nacional = 21,8 litros por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de cerveza a los supermercados (68,4% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 20,5%. Los establecimientos especializados suponen una cuota del 0,9%, mientras que comercio electrónico con 3,3% y otras formas comerciales con 6,9% cubren la cuota restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CERVEZA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



# AGUAS ENVASADAS



**E**l sector de las aguas envasadas en 2021 se recuperó en parte de la caída de ventas del año anterior debido a la pandemia. La recuperación fue mayor en el segundo semestre del año, cuando los canales hostelería y restauración comenzaron a funcionar con normalidad.

La producción nacional de aguas envasadas ha experimentado un gran crecimiento en la última década, hasta el punto de que el agua mineral es hoy la bebida más consumida por los españoles.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción nacional de agua envasada en 2021 (mineral, con gas y las demás, pero no incluye el agua edulcorada o aromatizada) aumentó en volumen un 3,5% hasta los 8.856 millones de litros, por un valor de 1.274 millones de euros. El grueso de la producción es agua mineral y agua gasificada.

Además de estas producciones, existen también las aguas edulcoradas y aromatizadas (296.511.000 litros, según datos del INE).

De acuerdo con la Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Envasadas (ANEABE), la más representativa del sector, el año 2021 fue el de la recuperación moderada, tras el desastre de 2020, cuando bajó

la producción por la caída del consumo. La producción de las empresas asociadas a ANEABE se incrementó en conjunto un 6% hasta los 6.100 millones de litros. Este incremento de la producción estuvo acompañado de un aumento en el consumo per cápita, que se situó en 129 litros.

Para el sector, el año 2021 fue menos traumático por la recuperación de las ventas en el canal HORECA.

Como ocurriera en años anteriores, en 2021 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. Como ejemplo, las MDD acapararon en volumen el 46,3% del mercado del agua mineral natural, mientras que las cuatro principales marcas sumaron en conjunto el 25,2%, según datos de la consultora IRI. En el segmento del agua con gas, la cuota de las MDD llegó a superar el 50% en volumen.

La preocupación por el uso de materiales plásticos ha provocado que en la actualidad el sector utilice envases y embalajes 100% reciclables, realizados con plástico 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 emvases de vidrio, y de papel-car-tón. Desde el sector aseguran que el formato PET es el mejor material para emvasar, 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

El sector del agua mineral aporta cerca de 1.000 millones de euros a la economía española, según estimaciones de ANEABE, que agrupa a 60 empresas asociadas, que generan miles de puestos de trabajo directo y decenas de miles indirectos.

La mayor parte de las instalaciones de producción de aguas emvasadas suele encontrarse en zonas rurales con escaso tejido industrial, por lo que tienen una enorme importancia para la reactivación económica de esas comarcas. El 70% de todas las empresas emvasadoras y comercializadoras de agua son de carácter familiar y de capital esencialmente español.

Sin embargo, en la cúspide de la pirámide empresarial aparecen algunos grandes grupos que, a menudo, son filiales de enormes compañías multinacionales. También hay empresas que provenientes de sectores afines (refrescos, cervezas, etc.) incursionan en este mercado, atraídas por las buenas perspectivas de negocio.

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 2021 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 2021 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.

### PRINCIPALES EMPRESAS EMVASADORAS DE AGUA MINERAL

EMPRESA	Mill. Euros
Aguas Danone, S.A.	175
Calidad Pascual, S.A.U.(División Aguas Emvasadas) *	220
Premium Mix Group, S.L (Vichy Catalán Corporation)	108,11
Agua Mineral San Benedetto, S.A.	97,4
Grupo Mahou-San Miguel (Aguas de Solán de Cabras, S.A y Del Valle de la Orotava, S.L)	98,5
Grupo Nestlé (división aguas emvasadas)	75,5
Grupo Bebidas Naturales, S.L (Grupo Importaco)	63,6
Aquabona (Coca-Cola European Partners Iberia)	53
Aquadeus, S.L	30,77
Grupo DAMM (división aguas emvasadas)	20

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones.



A nivel europeo, el sector de aguas emvasadas está formado por unas 550 empresas y genera unos 50.000 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

Las exportaciones del agua mineral aumentaron tanto en volumen como en valor en el año 2021, al igual que sucedió en 2020 pese a la crisis de la covid.

Según los datos de Comercio, las ventas exteriores sumaron 176,7 millones de litros (un 20% más que un año antes) y su valor aumentó hasta los 62,5 millones de euros (12,5% más). En este volumen sólo se incluye el agua mineral, natural o artificial y la gaseada, sin adición de azúcar. El volumen de agua exportado con azúcar u otro edulcorante es mucho mayor.

El sector está cada vez más concienciado 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 53,4 millones de litros en el año 2021, frente a lo 47,2 millones de litros del año 2020. 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 2021, los hogares españoles consumieron 3.041,9 millones de litros de aguas emvasadas y gastaron 627,3 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 65,7 litros de consumo y 13,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al agua emvasada sin gas (63,3 litros por persona y año), mientras que el agua emvasada con gas alcanza tan sólo 2,4 litros per cápita al año. En términos de gasto, el agua emvasada sin gas concentra el 90,4%, con un total de 12,3 euros por persona, mientras que el agua emvasada con gas presenta un porcentaje del 9,6% y un total de 1,3 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN AGUAS ENVASADAS DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL AGUA ENVASADA	3.041,9	65,7	627,3	13,6
AGUA CON GAS	113,3	2,4	58,1	1,3
AGUA SIN GAS	2.928,6	63,3	569,3	12,3



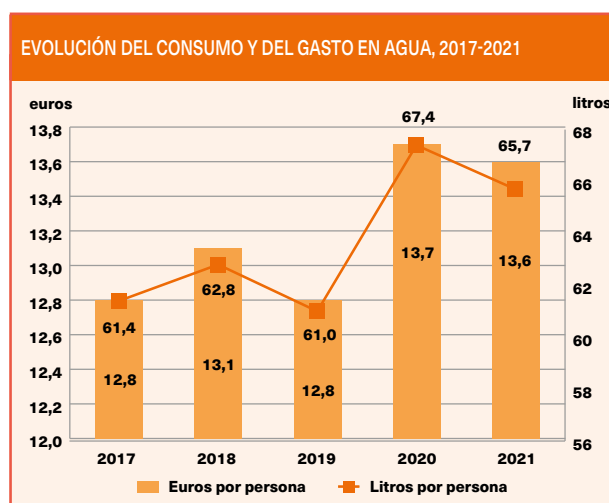
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de agua emvasada durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

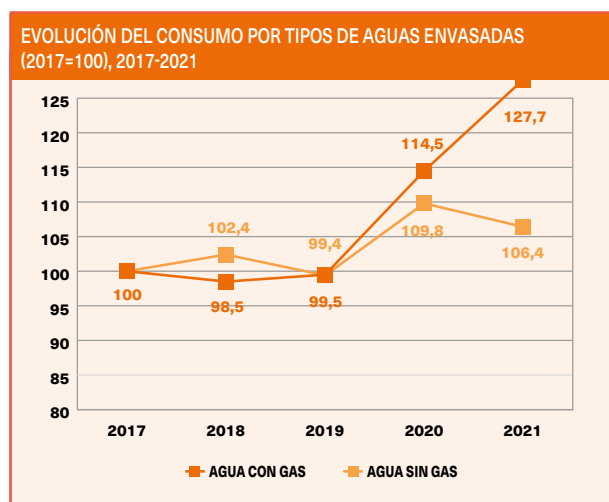
- Los hogares de clase media baja presentan el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase alta y media alta tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de agua emvasada, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños de 6 a 15 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de agua emvasada es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de agua emvasada es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con edad comprendida entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de agua emvasada, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 10.001 a 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de agua emvasada, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas sin hijos, independientemente de su edad, y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar en los hogares monoparentales, y entre las parejas con hijos, con independencia de la edad de los mismos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias, Baleares y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, País Vasco y la Comunidad de Madrid.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

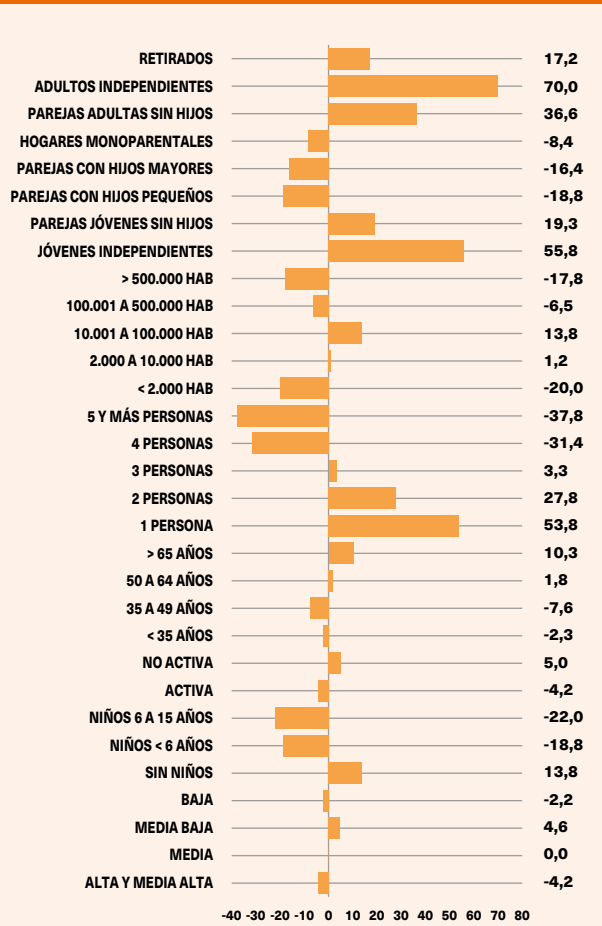
Durante los últimos cinco años, el consumo de agua emvasada ha aumentado 4,3 litros por persona y el gasto ha crecido 0,8 euros per cápita. En el periodo 2017-2021, el consumo y el gasto más elevado tuvieron lugar en el año 2020 (67,4 litros y 13,7 euros por consumidor) motivado por los efectos de la COVID-19.



En la familia de aguas emvasadas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido bastante similar para los diferentes tipos de producto puesto que, con respecto a la demanda de 2017, el consumo de agua emvasada, tanto sin gas como con gas, ha aumentado. En el último ejercicio, se atiende a una elevación superior en el agua con gas.



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

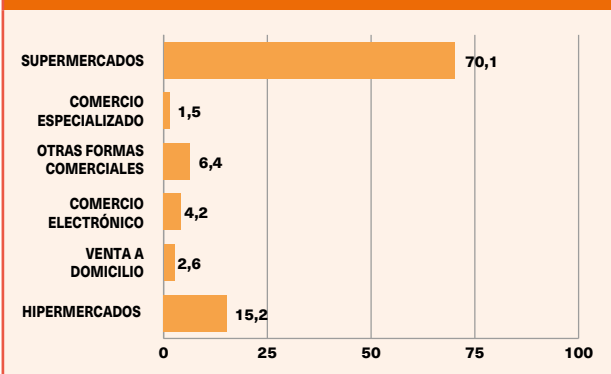


\* Media nacional = 65,7 litros por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de agua emvasada a los supermercados (70,1% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 15,2% y los establecimientos especializados representan el 1,5%. La venta a domicilio supone el 2,6% y el comercio electrónico llega al 4,2%, mientras que las otras formas comerciales concentran el 6,4% restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE AGUAS ENVASADAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



# VINO Y MOSTO



**E**spaña es el país del mundo con mayor superficie de viñedo y también uno de los primeros productores y comercializadores de vino.

El viñedo está presente en todas las regiones, pero es Castilla-La Mancha, y con mucha diferencia, la que cuenta con la mayor superficie de viñedo y también la que más vino produce anualmente.

En el año 2021, en España había 904.854 hectáreas de viñedo dedicado a la producción de vino, según los datos del Ministerio de Agricultura. Además, también hay unas 15.225 hectáreas de viñedo destinado a la producción de uva de mesa, con y sin semillas, de variedades de uva blanca y roja; junto a una pequeña superficie (unas 1.705 hectáreas) que se destina a la producción de pasas.

Según la encuesta de viñedo del MAPA, el grueso de los viñedos en producción que hay en España están amparados por una Denominación de Origen Protegida (DOP) y por una Indicación Geográfica Protegida. En España existen 97 DOP y en la campaña 2020/21 alcanzaron un valor económico de 3.651 millones de euros.

## VARIETADES DE UVA

De la superficie de viñedo total, algo más de la mitad son cepas de variedades de uva tinta y el resto a uva

blanca y a 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 su lado, cerca del 47%, 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.

A las variedades airén y tempranillo le siguen en importancia las tintas bobal, garnacha tinta y monastrell, y las blancas macabeo y cayetana blanca.

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.

## EL VINO EN ESPAÑA

En España, el sector del vino tiene una gran importancia no sólo desde el punto de vista económico sino también social y medioambiental.

En 2021 la producción de vino representó el 3,5% del valor de la Producción Vegetal final y el 2,1% de la producción de la Producción de la Rama Agraria. En ambos casos, los porcentajes fueron muy inferiores a los del año precedente debido a la reducción de la cosecha.

Al igual que en los años anteriores, el volumen de vino y mosto total producido en España se incrementó espectacularmente en 2021. Según los datos MAPA, a efectos de calcular la renta agraria anual se produjo un aumento del volumen de vino y mosto del 12,8% y una subida de los precios del 16%. El resultado final de estos datos es que el sector generó un valor superior en un 1,2% al del año precedente (1.205,2 millones de euros).

En la vendimia de 2021 se recogieron para elaborar vinos y mostos un total de 5,31 millones de toneladas de uva, de las cuales 2,88 millones de toneladas fueron uvas blancas y 2,33 millones tintas. Un año más, la región con mayor producción de uva fue Castilla-La Mancha seguida muy de lejos por Extremadura y Cataluña.

Asimismo, la producción española de vinos y mostos en la campaña 2021/2022 se situó en 39,44 millones de hectolitros, un 14,2% menos que en la campaña pasada, según los datos del Avance de Producciones del MAPA.

Por su lado, la producción de vino (sin mosto), de acuerdo con los datos del INFOVI que también depende del MAPA, quedó en 35,38 millones de hectolitros, 13,4% menos que en la anterior campaña. De este volumen total 17,14 Mhl fueron vinos blancos y 17,59 Mhl vinos tintos.

La región con mayor producción de vino fue de nuevo Castilla-La Mancha, con más del 52% del total, porcentaje inferior al del año 2020.

## VINOS CON DENOMINACIONES DE CALIDAD DIFERENCIADA

Tras la vendimia 2021 se calificaron un total de 15,2 millones de hectolitros de vino con Denominación de Origen Protegida (DOP), un volumen inferior en un 13% al de la campaña anterior. De ese volumen, 9,6 millones de hectolitros fueron vinos tintos o rosados y 5,6 millones de hectolitros fueron vinos blancos.

Por regiones, Cataluña fue la que produjo más vino con denominación de origen protegida (2,73 millones de hectolitros), seguida de Castilla-La Mancha (2,3 millones de hectolitros), La Rioja (algo más de 2 millones de

### PRODUCCIONES DE MOSTO Y VINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Millones de hectolitros)

	2019	2020	2021
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)



hectolitros) y de Castilla y León (1,89 millones de hectolitros). En vinos blancos con DOP destacó Cataluña y en tintos, La Rioja.

Asimismo, ese año también se produjeron 4,8 millones de vinos amparados por una Indicación Geográfica Protegida (IGP), volumen inferior un 2% al de 2020, de los cuales 3,5 millones correspondieron a la producción de Castilla-La Mancha.

Además de estos volúmenes, se elaboraron un total de 7,8 millones de hectolitros de vinos varietales sin DOP ni IGP (un volumen muy superior al del año anterior) y 7,5 millones de hectolitros de vinos sin indicación geográfica.

## COMERCIO EXTERIOR DE VINOS

Dentro del comercio exterior de bebidas, el vino ocupa un lugar predominante pues representa casi el 70% de las exportaciones y solo el 9% de las importaciones. Desde siempre, los vinos han tenido una histórica tradición exportadora y en 2018 se alcanzó un récord de ventas que no pudo mantenerse en los años siguientes.

Concretamente, en 2021 (año natural, no campaña comercial) las ventas al exterior de vino y mosto alcanzaron un valor de 2.943,2 millones de euros, un 10% más

que en el año anterior, según los datos de la Dirección General de Aduanas. El volumen exportado fue superior en un 13,8% al del año precedente, pues se vendieron en el exterior 2.396 millones de litros, mostos incluidos.

El grueso de las exportaciones de vinos fueron a la Unión Europea (74%), aunque el comercio hacia países terceros fue el que más creció en 2021.

En cuanto a las importaciones de vinos y mostos, el volumen importado en el año 2021 alcanzó los 115 millones de litros (algo por encima del año anterior), por un valor de 154 millones de euros.

### MERCADO DE VINO EN ESPAÑA

España ocupó en cuarto puesto dentro de la UE por su consumo de vino durante 2021. Según las estimaciones de la OIV, el consumo total se disparó tras el primer año de pandemia y creció casi un 10% hasta situarse en 10,5 millones de hectolitros.

La mayor parte de este volumen consumido eran vinos embotellados (9,33 millones de hectolitros), cuyo consumo aumentó un 20,1% con respecto al año anterior. Por su lado, el consumo a granel creció un 25,7% hasta alcanzar los 1,3 millones de hectolitros.

En cuanto al color del vino, del total unos 6 millones de hectolitros fueron vinos rosados y tintos, mientras que 4,5 millones fueron vinos blancos. Con relación al consumo en el año 2020, aumentó un 14,2% el de los blancos y un 17,5% el de los tintos.

### EL VINO EN LA UE

A efectos de calcular la renta agraria comunitaria, el sector del vino en la UE representa cerca del 10% de la Producción Vegetal Final, y también el 5% de la Producción Agraria total. El valor generado por estas producciones se eleva anualmente a más de 20.000 millones de euros, según datos de la Comisión Europea.

La superficie destinada al viñedo se mantuvo estable en el año 2021. 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 29% 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 158,7 millones de hectolitros, lo que supu-

so un descenso del 7% con respecto a la campaña anterior, según datos de la Comisión (los datos de la OIV apuntan a una mayor producción para la UE).

Este descenso considerable fue consecuencia de las condiciones climáticas desfavorables en los principales países productores, especialmente en España.

De la producción total, más de 71 millones de hectolitros fueron vinos amparados por una Denominación de Origen Protegida y casi otros 33 millones de hectolitros por una Indicación Geográfica Protegida.

Los datos de la Comisión Europea no coinciden exactamente con los que publican otras organizaciones internacionales. Para la Comisión, Italia fue el primer país productos de vino y mosto en 2021, con un volumen de 50,4 millones de hectolitros. Por detrás de Italia se situaron Francia (con 37,2 millones de hectolitros) y España (39,3 millones de hectolitros, entre vinos y mosto).

A muy larga distancia de estos tres países se situaron Alemania (8,44 millones de hectolitros); Portugal (7,3 millones de hectolitros); Rumanía (4,8 millones de hectolitros); Hungría (3 millones de hectolitros); Austria (2,5 millones de hectolitros) y Grecia (2,4 millones de hectolitros) y el resto de los países obtuvo producciones por debajo del millón de hectolitros.

Además de ser el país con mayor producción, Italia elaboró un mayor volumen de vino amparado por una Denominación de Origen Protegida: 22,7 millones de hectolitros en el año 2021. También fue el país con un mayor volumen de vino amparado por una IGP: 13,1 millones de hectolitros.

### CONSUMO EN LA UE

La Unión Europea (sin incluir ya datos de Reino Unido) representó en 2021 el 48% del consumo mundial de vinos, con un volumen estimado de 114 millones de hectolitros, según los datos de la OIV. 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 25,2 millones de hectolitros, un volumen más alto que en el año anterior. Por detrás de los franceses se situaron los italianos, con 24,2 millones de hectolitros y los alemanes, con 19,8 millones de hectolitros.

La quinta posición fue para España, con 10,5 millones de hectolitros y una subida del 9,9%, y por detrás

se situaron Portugal, con 4,6 millones de hectolitros; Países Bajos (3,8 millones de hectolitros); Rumanía (4 millones), Bélgica (2,5 millones) y Suecia (2,1 millones).

## 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 2021, la superficie mundial total dedicada al viñedo (incluye tanto uva de mesa como uva de vinificación) se situó en algo más de 7,3 millones de hectáreas, según los datos publicados por la OIV.

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 13,2% del total, seguida de Francia (10,9%) y China (10,7%), que en los últimos años ha mantenido su superficie de viñedos. El cuarto puesto en superficie lo ocupa Italia, con el 9,8%.

## 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 260 millones de hectólitros en el año 2021, un volumen inferior en un 1% al del año anterior. Por tercer año consecutivo, la producción mundial quedó por debajo de la media.

La aportación de la Unión Europea a la producción mundial de vino en el año 2021 ascendió al 61%, un porcentaje similar al que representaba en el año precedente.

Por detrás de la UE en producción de vino se situó Estados Unidos (9,3% del total mundial), Australia (5,5%), Chile (5,2%), Argentina (4,8%), Sudáfrica (4,1%), China (2,3%) y Rusia (1,7%).

A nivel mundial, Italia volvió a ser por cuarto año consecutivo el país con mayor producción de vino (50,2 millones de hectolitros, que no incluyen mostos ni zumos y que supusieron un aumento del 2% con relación al año 2020).

Tras Italia, un año más se situó Francia con 37,6 (un 19% menos que en el año anterior) y después España, según la OIV.

Por su parte, Estados Unidos registró un aumento del 6% de su producción hasta los 24,1 millones de hectolitros. Asimismo, por detrás de Estados Unidos y sin tener en cuenta a los países de la UE, se situaron Australia (14,2 millones de hectolitros, un 30% más que en 2020), Chile (13,4 millones de hectólitros, un 30% más también) y Argentina (12,5 millones de hectolitros, un 16% más).

## EL CONSUMO MUNDIAL SE RECUPERA

El consumo de vino en el mundo volvió al crecimiento, tras tres años de caída. Según los datos de la Organización de la Viña y el Vino (OIV) se consumieron un total de 236 millones de hectolitros, un 0,7% más que en 2020, cuando se registró la cifra de consumo mundial más baja desde 2002. Según la OIV, el levantamiento de las medidas y restricciones contra la Covid contribuyeron al aumento del consumo en la mayoría de los países del mundo, aunque con tendencias muy diversas según mercados. Estados Unidos volvió a ser el país con mayor consumo a nivel mundial (33,1 millones de hectolitros), seguido de Francia, Italia, Alemania, Reino Unido y España, que alcanzó el 2021 el nivel pre-pandemia.

## COMERCIO MUNDIAL DE VINO

En cuanto al comercio mundial, como en años anteriores también en 2021 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 54% de todas las exportaciones mundiales durante ese año, ya que se incrementaron sus ventas.

De todos los países del mundo, en 2021 fue España el que más volumen de vino exportó, según la OIV. En concreto, 23 millones de hectolitros, un 14% más que en 2020. Por detrás se situó Italia con 22,2 millones de hectolitros y Francia con 14,6 millones.

Sin embargo, en términos de valor Francia se confirmó como el primer país exportador del mundo, ya que vendió vinos por valor de 11.100 millones de euros, según la OIV.

Otros países de la UE que aumentaron sus exportaciones en 2021 fueron Alemania y Portugal, mientras que entre los países terceros destacaron por sus ventas exteriores a nivel mundial Chile, Argentina, Australia, Nueva Zelanda y Estados Unidos. ■

# VINO

**E**l sector industrial del vino fue uno de los más afectados por los efectos de la pandemia en 2020, hasta el punto de que el Gobierno tuvo que adoptar medidas extraordinarias para paliar su situación (destilación de 2 millones de hectólitos de vino, el almacenamiento de 2,25 millones de hectólitos y la aplicación de la cosecha en verde). En 2021 mejoró el contexto, aunque sin llegar a los niveles prepandemia. Además, a finales de ese año las asociaciones representativas del vino, mosto, vinagre y los productos vitivinícolas aromatizados constituyeron la Federación de Industrias Vitivinícolas de España (FIVE), con el objetivo de aunar esfuerzos para solucionar problemas comunes.

Dentro de la industria de la alimentación y bebidas, el sector del vino es uno de los más dinámicos. La base productiva del sector está formada por unas 550.000 explotaciones agrarias, con una superficie de viñedo que representa el 13% del total mundial.

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. En 2021, sin embargo, la producción bajó hasta los 39,4 millones de hectolitros (35,38 millones de hl de vinos y el resto de mostos).

La producción de vino está muy ligada, por un lado, al turismo y, por otro, a la lucha contra el despoblamiento rural, pues el viñedo está presente en todo el territorio nacional. En este sentido, casi 3 millones de personas al año visitan bodegas y rutas del vino, realizando un gasto medio cercano a los 80 millones de euros al año, según estimaciones del sector.

Otra característica del sector del vino es que cuenta con una amplia red de figuras de calidad reconocidas a nivel internacional (DOP, IGP, etc.).

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

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 800 bodegas asociadas, de las cuales un 25% son de mediano tamaño, un 74% son pequeñas y un 1% grandes.

En la FEV están representadas bodegas de 14 comunidades autónomas (hay comunidades autónomas en las que la producción de vino es mínima) y sus socios aportan el 75% del valor generado por el vino embotellado en España.

En España existen cerca de 4.133 bodegas, la mayoría de pequeñas dimensiones, según la FEV. Cerca de 3.536 de esas bodegas están registradas como empresas exportadoras y tienen una clara vocación internacional. Prueba de ello es que los vinos españoles se venden en unos 189 países.

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. Las ventas de las bodegas rondan los 5.381 millones de euros (ventas de vino y mosto) y el conjunto del sector aporta el 2,2% de Valor Añadido Bruto de España, según datos de la FEV.

El sector del vino genera y mantiene más de 427.700 puestos de trabajo directos e indirectos (datos de 2021).

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.

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE VINOS

EMPRESA	Mill. Euros
J. García Carrión, S.A. (JGC) Grupo	941,8
Grupo Freixenet	500
Félix Solís Avantis, S.A. - Grupo	315
Grupo Familia Torres.	243,62
Grupo González Byass (Vinos)*	208
Grupo Raventós Codorniu	200
Pernod Ricard Winemakers Spain, S.A	118,83
Compañía Vinícola del Norte de España, S.A. (CVNE) - Grupo	108,7
Grupo Barón de Ley, S.A (Grupo)	95,74
Reserva de la Tierra (Grupo)	91

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones.



La empresa líder del sector del vino es un grupo de capital español, que facturó en 2021 un total de 941,8 millones de euro, muy por encima del valor alcanzado un año antes. La segunda empresa en facturación es también un grupo muy ligado al cava, que facturó 500 millones (70 más que en 2020) y la tercera llegó hasta los 315 millones de euros.

El resto de las 10 primeras empresas del ramo facturaron entre 243 y 91 millones de euros en el año 2020.

## COMERCIO EXTERIOR

Según datos de la FEV, 3 de cada 5 botellas de vino comercializadas en el mundo procedían de la Unión Europea y España aporta el 25% de toda la producción comunitaria.

En 2021, las exportaciones de vino llegaron a alcanzar un valor de 2.914 millones de euros y en volumen, las exportaciones sumaron 2.300 millones de litros. España se convirtió en el tercer país con mayor exportación de vino del mundo. ■

## VINOS CON IGP VINOS DE LA TIERRA

En la campaña 2020/2021 había en España 42 vinos con Indicación Geográfica Protegida (IGP), que son vinos con derecho al uso del término tradicional “Vino de la Tierra”.

Las IGP tienen un nombre que identifica un producto como originario de un lugar determinado y existe un vínculo o relación causa-efecto entre las características del vino y el medio geográfico en el que se produce.

La comercialización total de vinos amparados por una IGP durante la campaña computada fue de más de 3,9 millones de hectolitros, un 34,14% más que en la campaña precedente. Las IGP que más vino comercializaron fueron Castilla (3,6 millones de hectolitros), Castilla y León (114.804 hl.) y Extremadura (70.314 hl).

Por tipos de vino, destacaron los tintos (63,3%), que se vendieron más en el exterior que en el mercado nacional.

La Unión Europea fue el destino principal de estos vinos con IGP (78,2% del total comercializado en la

### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de hectolitros)

CC.AA	2019	2020	2021
ANDALUCÍA	943	774,3	820,0
ARAGÓN	849	1.252,4	1.053,9
BALEARES	40,36	26,8	34,0
CANARIAS	32,1	22,4	30,2
CASTILLA Y LEÓN	1.870	2.084	2.060,4
CASTILLA-LA MANCHA	16.800	23.923,6	18.464,4
CATALUÑA	3.148,6	2.390,4	3.134,9
COMUNIDAD VALENCIANA	2.180,8	2.336,7	2.035,0
EXTREMADURA	2.844,7	2.707,1	2.434,8
GALICIA	373,8	356,4	435,8
LA RIOJA	1.894,3	2.046	2.061,9
MADRID	58,3	72,6	55,9
MURCIA	717,46	854,9	748,5
NAVARRA	573	750,7	618,9
PAÍS VASCO	601,98	651,8	662,7
OTRAS CC.AA	753	629,0	737,0
TOTAL ESPAÑA	33.680	40.879,0	35.388,0

FUENTE: INFOVI, MAPA

### PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINOS DE MESA Y VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN (Millones de hectolitros)

PRODUCTO	2019	2020	2021
VINOS COMUNES DE MESA	14,38	20	15,38
VINOS CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA	4,3	4,9	4,8
VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA	15	15,9	15,2
TOTAL	33,68	40,87	35,38

FUENTE: INFOVI

campaña 2020/21) y por países destacaron como compradores Alemania e Italia. Por su lado, entre los países terceros que más vino compraron en esta categoría fueron Estados Unidos, Rusia y México.

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En la campaña 2020/2021, el número de bodegas dentro de las indicaciones geográficas era 677 (43 menos que en la campaña anterior), de las cuales. 513 eran embotelladoras. La IGP Castilla fue la que contaba con más bodegas (203), seguida de la IGP Castilla y León (183) y de la IGP Extremadura (79). Según los datos del Ministerio de Agricultura, el valor económico estimado en bodega fue de casi 303 millones de euros en la campaña. La IGP Castilla fue la que más valor alcanzó (casi el 63,4% del total). ■

## 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 2021 había en España 97 denominaciones de origen protegidas, de las cuales 68 son Denominaciones de Origen (DO) y 2 de ellas son además calificadas (DOCa). También había protegidos 20 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 proceder exclusivamente de la zona geográfica de producción protegida (en las IGP es el 85%).

De las 68 DO de vinos, 3 tiene 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 2020-2021 superó los 10,37 millones de hectolitros, un 0,5% más que en el ejercicio anterior. Las demandas interiores representan el 56% del volumen total comercializado y decrecieron en un 0,5%, mientras que el restante 43,9% constituyó el porcentaje de las ventas en el exterior, que también se incrementaron un 1,9%.

Las existencias totales en bodega al final de campaña (31 de julio 2021) se acercaron a los 21,8 millones de hectolitros, un 8,6% más que un año antes. También se produjo un aumento del volumen de vino calificado al final de campaña (11,8 millones de hectolitros, un 3,15% más).

En la última campaña contabilizada por el MAPA (2020/2021), la principal denominación de origen atendiendo al volumen de vino comercializado es la DOCa Rioja, ya que acapara el 23,37% del total, seguida por las de Cava (16,6%), Rueda (6,6%), Ribera de Duero (6,6%) y Valdepeñas (5,6%).

Teniendo en cuenta únicamente al mercado interior, la DOCa Rioja ocupa también el primer puesto, con el 23% del total, seguida por Ribera del Duero (10,4%) y por Rueda (10%).

Por su lado, en comercialización total de vino de denominación de origen por tipos sobresalió el tinto, con el 52,7% del total en volumen. En segundo lugar se situaron los vinos blancos (22%), seguidos de los espumosos (16,7%), los rosados (4%) los vinos de licor (4,4%) y los vinos de aguja (0,02%). Con respecto a la campaña anterior, se registró un crecimiento notable de los vinos de aguja, licor y tinto, frente a una disminución en rosados y espumosos.

Los viticultores inscritos en los registros de las diferentes denominaciones ascendían en 2021 a 106.109 y





# Denominación de origen

Elige Calidad, elige etiquetas de seguridad



Real Casa de la Moneda  
Fábrica Nacional de Moneda y Timbre

Departamento de Ventas  
Tel: 91 566 65 64 - [www.fnmt.es](http://www.fnmt.es)





contaban con una superficie de producción de 575.261 hectáreas (un 0,85% respecto a la anterior campaña). Las denominaciones con más viticultores fueron Rioja, La Mancha y Ribera del Duero.

En esa campaña, había también 3.390 bodegas embotelladoras (29 menos) y 738 no embotelladoras (14 más), destacando por su número las de Rioja, Cava y Ribera de Duero.

El valor económico estimado en bodega de la comercialización interior y exterior de los vinos DOP ascendió a 3.651 millones de euros, lo que supuso un aumento notable con respecto a la campaña presente, según los datos del MAPA. Rioja volvió a situarse en cabeza con el 25,6% de la facturación, seguida de Cava (17,8%), Ribera del Duero (8,7%), Rueda (5,3%) y Rías Baixas (4,6%).

## COMERCIO EXTERIOR

Aunque en los últimos ejercicios las demandas del mercado interno han tendido a crecer de manera más significativa, las exportaciones continúan siendo un elemento fundamental para garantizar la sostenibilidad del sector.

En el mercado exterior, la denominación que mostró un mejor comportamiento en la campaña 2020/2021 fue

Cava, que representó en torno al 26,7% del total exportado, seguida de Rioja con el 23,9%.

Durante la última campaña 2020/2021 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 2020/2021 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 (42,7% del total). Este porcentaje descendió drásticamente con respecto a la campaña precedente pues las ventas al Reino Unido se contabilizan en las de países terceros.

En términos generales, los principales mercados de destino en la campaña 2020/2021 fueron Reino Unido (821.748 hectolitros), Alemania (664.865 hectolitros), EE. UU. (452.152 hectolitros), Holanda (283.279 hl.), Bélgica (239.674 hl.) y Canadá (200.888 hl.)

Con respecto a la campaña anterior, en la 2020/21 descendió la comercialización de vinos a la Unión Europea y aumentó a los países terceros un 3,6%. ■

## CAVA

El sector del cava dio muestra de una gran capacidad de resiliencia y solidez en 2021, 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).

De acuerdo con el Consejo Regulador de la DO Cava, la producción de botellas de cava durante 2021 llegó hasta casi 252,9 millones, lo que supuso un incremento interanual del 17,33%. Hay que tener en cuenta que 2020 fue un año muy malo para el sector por el cierre parcial de la hostelería y la restauración.

La gran mayoría del cava producido fue blanco (226,9 millones de botellas en 2021) y el resto fue cava rosado (26 millones de botellas). Aunque hubo incrementos en las dos categorías, fue mayor el registrado en el rosado.

Del total comercializado 10.000 botellas fueron cava de Paraje Calificado (mínimo 36 meses); 3,8 millones de botellas fueron cava Gran Reserva (30 meses); 25,3 millones de botellas fueron cava Reserva (mínimo 18 meses) y 209 millones de botellas fueron cava De Guarda (mínimo 9 meses). En 2021 crecieron las producciones en todas las categorías, excepto en la de Paraje Calificado. Una pequeña parte de la producción total es cava ecológico.

Del volumen total de cava comercializado, prácticamente el 85% se compra a través de canal alimentación y un 13% en hostelería (el resto son ventas a través de comercio electrónico). La zona de mayor consumo está en el noreste del país, con Barcelona como epicentro.

## ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el Consejo Regulador del Cava aparecían inscritas en 2021 un total de 6.284 explotaciones (más de 100 menos que en el año anterior), con una superficie de 38.133 hectáreas. De esta superficie, el 36,6% eran viñas con uvas de la variedad macabeo y el 25,8% de la xarel·lo.

Además, el número de empresas elaboradoras de vino base descendió a 144 y el de las empresas elaboradoras del cava en 205, según datos del Consejo Regulador del Cava.

El sector bodeguero se encuentra dominado por dos grandes grupos de capital español, aunque con fuertes procesos de internacionalización.

El líder sectorial registró unas ventas en 2021 de más 430 millones de euros y produce más de 90 millones de botellas de cava. El segundo tiene unas ventas de 200 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 2021. El mercado exterior volvió a ganar peso y representó hasta el 71% de las ventas totales de la Denominación de Origen Cava

Según los datos del Consejo Regulador de esta DO, se exportaron 169 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 4,6%. El segundo des-



tino fue Estados Unidos contra todo pronóstico, ya que incrementó sus compras un 40% en 2021. Por detrás se situaron países como Reino Unido (a pesar de que en 2021 redujo sus compras), Bélgica, Japón, Francia o Suecia.

Es de destacar que durante 2021 las ventas de la categoría de cava Guarda Superior (más de 18 meses de crianza) se incrementaron un 104,2%, 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 2021 se compraron en el exterior 13,6 millones de litros de vinos espumosos, un volumen bastante más alto que el de 2020. De este total, 4,9 millones de litros eran champán. ■

## MOSTO

Según estimaciones del Ministerio de Agricultura, la producción española de mosto durante la campaña 2021 alcanzó finalmente los 4 millones de hectolitros, muy por debajo del nivel de la campaña anterior.

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.

En España están registradas más de una decena de empresas productoras y comercializadoras de mosto, pero no todas ellas forman parte de AZUME.

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CAVA

EMPRESA	Mill. Euros
Grupo Freixenet	430
Grupo Raventós Codorniz	200
B. Jaume Serra, S.L. (J García Carrión, S.A. Grupo)	s/d
Masía Vallformosa, S.A	27,83
Castell D'Or, S.L	13,74
Covides, S.C.C.L	23
Unión Vinícola del Este, S.L (UVESTE)	18
Torre Oria S.L	
Josep Masachs, S.L	9
Grupo Perelada & Chivite	50

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021 \*Incluye la facturación de otras producciones.

## COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones de mostos y zumos de uva experimentaron en 2021 un crecimiento extraordinario. En el primer semestre del año habían crecido un 38% con respecto al mismo período del año precedente y la tendencia continuó hasta final de año.



Los destinos principales de estos mostos fueron Italia, Francia y Alemania. No obstante, en mostos cobró especial importancia en 2021 la exportación a Nigeria e Israel, mientras que en el caso del zumo de uvas destacaron las ventas a China, Estados Unidos, Reino Unido y Países Bajos.

La demanda exterior de mostos y zumos de uva se mantiene al alza y la exportación puede ser una al-

ternativa para reducir las existencias de vino en momentos en los que la demanda interna no crece.

En la actualidad se exportan más de 255 millones de litros anuales y las exportaciones de mostos representan el 28% de comercio total de zumos y néctares de nuestro país. Las importaciones, por su parte, fueron poco representativas y escasas. ■

## CONSUMO Y GASTO EN VINO

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 465,8 millones de litros de vinos y derivados y gastaron 1.332,4 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 10,1 litros de consumo y 28,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los vinos sin DO/IGP (3,4 litros por persona y año) y a los vinos tranquilos (también 3,5 litros per cápita), seguidos de los espumosos, con 0,6 litros por persona al año. En términos de gasto, los vinos tranquilos concentran el 53,1%, con un total de 15,3 euros por persona, los vinos sin DO/IGP presentan un porcentaje del 16,3% y un total de 4,7 euros por persona al año, mientras que los espumosos suponen un 10,8% del gasto con un total de 3,1 euros per cápita al año.



### CONSUMO Y GASTO EN VINO DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL VINOS Y DERIVADOS	465,8	10,1	1.332,4	28,8
VINOS TRANQUILOS	161,1	3,5	710,5	15,3
NACIONAL	156,9	3,4	698,6	15,1
EXTRANJERO	4,2	0,1	11,8	0,3
TINTO	107,4	2,3	497,2	10,7
BLANCO	45,1	1,0	188,5	4,1
ROSADO	8,7	0,2	24,7	0,5
ESPUMOSOS	27,3	0,6	143,0	3,1
VINOS DE AGUJA	1,8	0,0	6,1	0,1
VINO SIN DO / IGP	158,0	3,4	216,5	4,7
NACIONAL	137,2	3,0	179,6	3,9
EXTRANJERO	2,1	0,0	6,7	0,1
OTROS VINOS	16,5	0,4	20,8	0,4
VINO TINTO	75,9	1,6	105,7	2,3
VINO BLANCO	63,9	1,4	82,6	1,8
VINO ROSADO	16,0	0,3	18,8	0,4
VINO CON IGP	25,7	0,6	65,1	1,4
OTROS VINOS SIN DO / IGP	2,1	0,0	9,4	0,2

## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

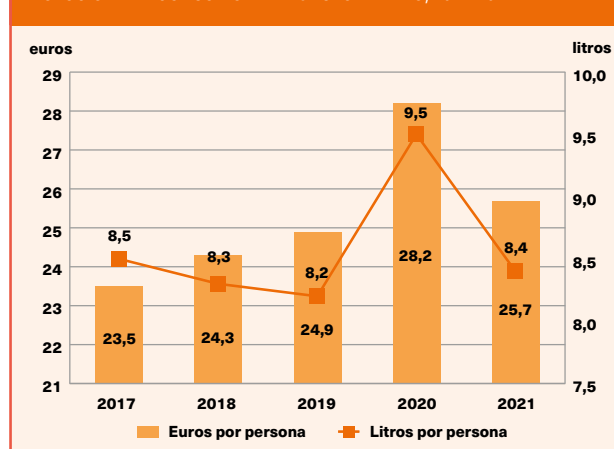
En términos per cápita, el consumo de vinos durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- 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 de 100.000 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de vinos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos menores de 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de parejas adultas sin hijos, adultos independientes, y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas con hijos mayores, los jóvenes independientes, las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Baleares, Asturias y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Canarias, Castilla-la Mancha y Extremadura.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

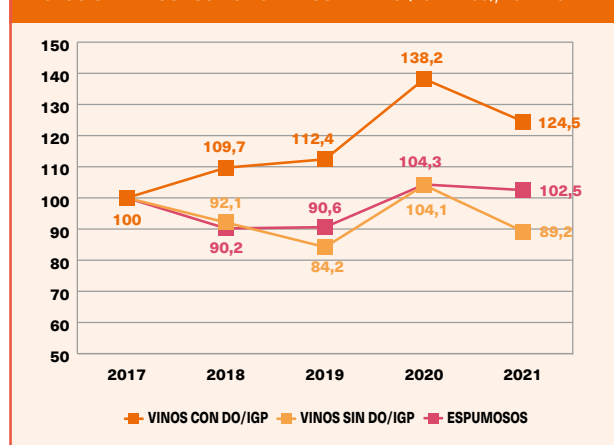
Durante los últimos cinco años, el consumo de vinos mostraba una cierta estabilidad hasta que el ejercicio 2020 se produce un repunte motivado por los efectos de la COVID-19 que, en el ejercicio 2021, ha sido reajustado a la baja (se reduce en 1,1 litros y 2,5 euros por persona). En el periodo 2017-2021, 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, 2017-2021



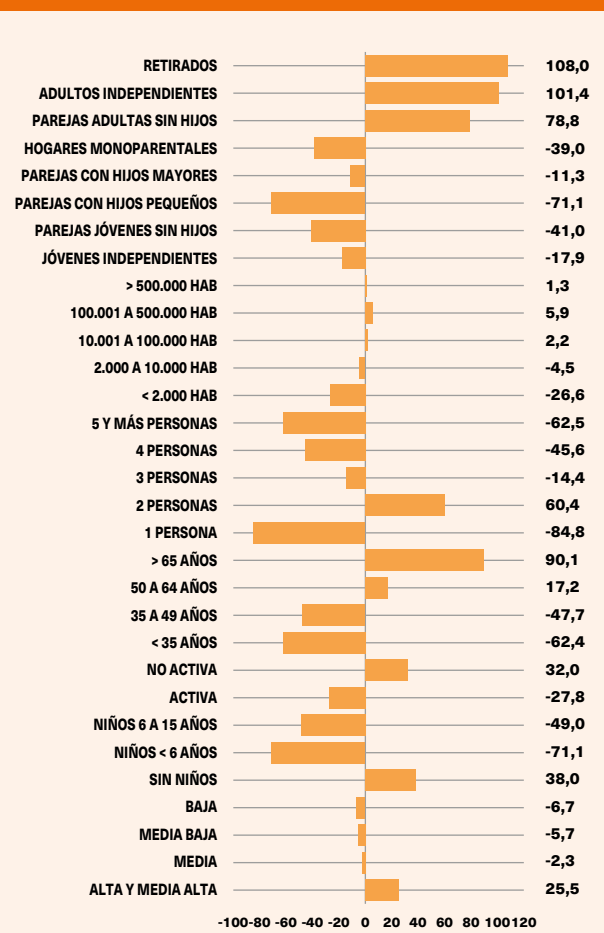
En la familia de vinos y espumosos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido bastante parecida para los distintos tipos de producto. Respecto a la demanda de 2017, el consumo de vinos con DO/IGP y vinos espumosos ha aumentado pero, por el contrario, en vinos sin DO/IGP se ha reducido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE VINO (2017=100), 2017-2021





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

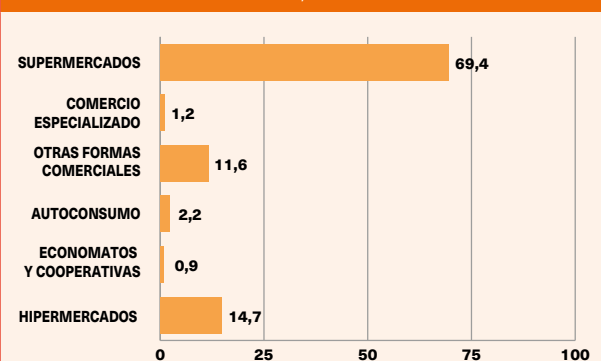


\* Media nacional = 10,1 litros por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de vino a los supermercados (69,4% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 14,7%. Los establecimientos especializados representan el 1,2%, los economatos y cooperativas el 0,9%, el comercio electrónico el 2,2% y otras formas comerciales aglutinan el 11,6% restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE VINO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



## 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 \*  
 LAUIAR-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 \*

RIAS 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 ARÍNIZANO \*

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 10.389 hectáreas de viñedo, repartidas en 45 municipios de la provincia de Alicante, entre los que destacan Villena, Monóvar, Pinoso y la subzona de La Marina.

**CARACTERÍSTICAS:** La variedad predominante es la tinta Monastrell, base principal en la elaboración de vinos, pero también se utilizan la Garnacha Tintorera, Tempranillo, Bobal, Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir, Syrah y Petit Verdot. En las blancas la Moscatel, Chardonnay, Macabeo, Merseguera, Moscatel de Alejandría, Airén, Verdil, Sauvignon Blanc, Planta Fina de Pedralba y Subirat Parent. Se elaboran vinos blancos jóvenes -secos y dulces-, rosados jóvenes y vinos tintos -jóvenes, crianzas, reservas, grandes reservas y genéricos-. Capítulo aparte merece su Fondillón, un tipo de vino de Alicante único en el mundo, reconocido por la Unión Europea y con una especial protección dentro de la Denominación de Origen Alicante. Además, se producen vinos de licor, vinos tintos de doble pasta, vinos añejos y vinos espumosos.

**DATOS BÁSICOS:** Se encuentran inscritos más de 2.266 viticultores y 42 empresas bodegueras certificadas que elaboran y comercializan cerca de 13 millones de litros anuales de vino, de los que se exportan un 28%.

## Almansa

### DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** El área de viñedos protegida abarca una superficie de 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

(Txakolí de Álava)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



### ZONA GEOGRÁFICA:

La superficie de viñedo protegida por la Denominación de Origen se localiza en 100 hectáreas

de la comarca Cantábrica Alavesa, con los municipios de Amurrio, Aiala, Artziniega, Llodio y Okondo como zonas amparadas para la producción de estos vinos.

**CARACTERÍSTICAS:** Las especiales condiciones geográficas de esta zona favorecen el desarrollo de la variedad de uva autóctona Hondarrabi Zuri. Los vinos elaborados con esta uva resultan jóvenes, de color amarillo pajizo, brillantes, de intensos aromas frutales propios de la variedad, con equilibrada acidez y una marcada personalidad.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están registrados 43 productores y 7 empresas bodegueras, los cuales producen y comercializan una media anual de 300.000 litros de Arabako Txakolina, destinados en un importante porcentaje al mercado del País Vasco, Cataluña, EEUU y Japón.

## Arlanza

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La comarca vitivinícola se extiende a lo largo del río Arlanza, y abarca 54 municipios de la provincia de Burgos y 13 de la provincia de Palencia, con una superficie total de 350 hectáreas registradas.

**CARACTERÍSTICAS:** Estos vinos se elaboran a partir de cuatro variedades de uva tinta: la Tinta del País o Tempranillo, que representa el 95% del total; la Garnacha, variedad complementaria y segunda en importancia; la Mencía, y la Cabernet-Sauvignon, variedad de origen francés que se emplea, mezclada con la Tinta del País, en vinos destinados al envejecimiento en barricas por sus cualidades organolépticas. Las variedades blancas utilizadas son la Albillo y la Viura, también llamada Macabeo o Tempranillo Blanco, que se emplean para la elaboración de rosados. Los rosados tienen un sabor muy afrutado, con viveza y colores intensos y llamativos, mientras que los tintos jóvenes son fuertes, con mucho cuerpo y carnosidad, muy aptos para crear buenos crianzas y reservas.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están registradas 16 bodegas que comercializan una media anual de 750.000 litros de vino, destinados principalmente al mercado nacional, aunque también se exportan a varios países europeos, Estados Unidos, México y Japón.

## Arribes

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La delimitación geográfica de la Denominación comprende 26 municipios del suroeste de Zamora y 20 municipios del noroeste de Salamanca, con 380 hectáreas inscritas en el Consejo Regulador.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades principales de uva tinta son la Juan García, uva autóctona que representa un 60% de la superficie vitícola comarcal; la Bufete y la Tempranillo, también llamada en la zona Tinta Serrana o Tinto Madrid, admitiéndose como complementarias la Garnacha y la Mencía. La Malvasía es la principal entre las blancas, complementándose con la Verdejo y la Albillo. El Consejo Regulador estudia otras variedades autóctonas de potencial enológico comprobado para recuperar y potenciar su desarrollo en la comarca: en las uvas tintas están la Bruñal y la Bastardillo Chico, y en las blancas la variedad Puesta en Cruz.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos 634 viticultores y 11 bodegas elaboradoras, de las que 9 son embotelladoras, que producen entre 1,5 y 2 millones de litros de vino, de los que unas 600.000 botellas se comercializan con DO.

## Bierzo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie de producción se extiende sobre 2.854 hectáreas de viñedo al oeste de la provincia de León, con el municipio de Cacabelos como principal centro vitivinícola.

**CARACTERÍSTICAS:** El especial microclima de la zona favorece el desarrollo de una cepa de gran calidad, la tinta Mencía, variedad dominante, que se complementa con la Garnacha Tintorera, y las blancas Palomino, Doña Blanca, Malvasía y Godello. Destacan los tintos de Mencía, de paladar aterciopelado, característica singular de los vinos del Bierzo, tanto en los jóvenes y afrutados como en los de crianza, que resultan amplios, elegantes y de complejo bouquet. Se producen también vinos blancos de color pálido y rosados suaves en grado alcohólico.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos más de 2.180 viticultores y 79 empresas bodegueras que comercializan cerca de 6,5 millones de litros de vino al año, casi en su totalidad consumidos en el mercado nacional.

## Binissalem

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



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 hectáreas de viñedo que se reparten entre 5 municipios del centro de la isla de Mallorca, con Binissalem como núcleo poblacional más importante.

## 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 de producción se extiende sobre 2.000 hectáreas de viñedo repartidas entre 12 municipios de la comarca de Cigales, al norte de la ciudad de Valladolid, incluido el municipio de Dueñas (Palencia).

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades más importantes son la Tinta del País, que ocupa más del 70% de la superficie, y la Garnacha Tinta. En pequeña proporción se cultivan las blancas Verdejo, Viura y Albillo. Los vinos más característicos son los rosados, de los que se elaboran tres tipos: Cigales nuevo, Cigales y Cigales crianza. Son vinos frescos, de agradable aroma floral o frutal y suave graduación. También se producen en menor proporción excelentes vinos tintos con las variedades Tinta del País y Garnacha Tinta.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo están inscritos 594 viticultores y 35 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 2,7 millones de litros de vino, de los que el 10% se vende en el mercado exterior.

## Conca de Barberà

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie amparada por la Denominación de Origen Conca de Barberà cubre 4.200 hectáreas de viñedo al norte de la provincia de Tarragona, en una zona fronteriza con Lleida, con la localidad de Montblanc como principal centro vitivinícola.

La zona de producción está enclavada en una conca o depresión, lo que la convierte en un marco geoclimático muy especial para el cultivo del viñedo.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades de uva predominantes son las blancas Macabeo y Parellada, y la tinta Trepat, de las que se obtienen vinos blancos, rosados, tintos y espumosos, de graduación alcohólica moderada, bien dotados de acidez, ligeros y de aroma delicadamente afrutado.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador se hallan inscritos 1.100 viticultores y 22 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 1.200.000 botellas, con un volumen medio amparado bajo esta DO de 26.500 hectolitros y una producción media anual de vino calificado como DO Conca de Barberà de 8.500 hectolitros.

## Condado de Huelva

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción protegida abarca 18 municipios de la provincia de Huelva, con una superficie inscrita de unas 4.500 hectáreas de viñedo.

**CARACTERÍSTICAS:** La cepa predominante es la blanca Zalema, mientras que con una presencia menor están las uvas Palomino, Listán y Garrido Fino. Destaca la elaboración de vinos generosos como el Condado Pálido, de crianza biológica, de color oro pálido, pajizo, de aroma punzante, almendrado, seco y de baja acidez. El Condado Viejo es de altísima graduación alcohólica debido al proceso de crianza oxidativa, resaltando su color ambarino y su intenso aroma. Los blancos jóvenes de la variedad Zalema son secos, frescos, afrutados y de equilibrada acidez fija.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos 2.574 viticultores y 36 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 11 millones de litros de vino, que en un 95% se consumen en el mercado nacional.

## Costers del Segre

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación de Origen Costers del Segre ampara 4.153 hectáreas de viñedo localizadas en el noroeste y sudeste de Lleida y repartidas en seis subzonas de producción: Rimat, Artesa, Vall de Riu Corb, Les Garrigues, Pullars Jussón y Segrià.

**CARACTERÍSTICAS:** Rimat 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 224 hectáreas localizadas en 21 municipios de la isla.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades de uva autorizadas son en blancas: Malvasía, Gual, Marmajuelo, Vijariego, Albillo, Moscatel de Alejandría, Listán Blanco, Burrablanca, Torrontés, Pedro Ximénez y Breal. En tintas: Negra Común, Negramoll, Tintilla, Malvasía Rosada y Moscatel Negra. Se elaboran vinos tintos jóvenes, con bastante capa, de color rojo intenso. Los vinos rosados presentan menos cuerpo e intensidad colorante. También se producen blancos secos, semisecos y dulces.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritos más de 310 viticultores y 71 bodegas y cooperativas de producción y elaboración, con una producción de unos 460.000 kg. anuales.



## Jerez-Xerès-Sherry

Manzanilla Sanlúcar de Barrameda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** Se extiende sobre 7.184 hectáreas en Jerez de la Frontera, Sanlúcar de Barrameda, Puerto de Santa María y otros 5 municipios de la provincia de Cádiz; además de Lebrija, en Sevilla.

**CARACTERÍSTICAS:** La uva predominante es la blanca Palomino Fino, complementada con la Palomino de Jerez, Pedro Ximénez y Moscatel. Los

tipos de vinos son: Fino, seco, con crianza "en flor". Manzanilla, seco y ligero. Amontillado, suave y ligero. Oloroso, con mucho cuerpo. Palo Cortado, seco, equilibrado y muy persistente. Pale Cream, suave, pálido y dulce. Cream, dulce, con mucho cuerpo. Pedro Ximénez, suave y dulce en boca, vigoroso y pleno.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos 1.591 viticultores y 71 bodegas que elaboran una media anual de más de 30,6 millones de litros de vino, de los que se exportan el 60%.

## Jumilla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** Abarca unas 21.620 hectáreas de viñedo, distribuidas entre los municipios de Jumilla, en Murcia, y Albatana, Fuedeálamo, Hellín, 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, Lairén. Para la Denominación Sierras de Málaga, las variedades predominantes son Pero Ximen, Moscatel de Alejandría, Moscatel Morisco, Chardonnay, Macabeo, Sauvignon Blanc, Lairén y Doradilla. En variedades tintas destacan la Romé, Cabernet-Sauvignon, Merlot, Syrah, Tempranillo, Garnacha, Cabernet Franc y Pinot Noir. Se elaboran vinos blancos, rosados y tintos con graduaciones entre 10 y 15°.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador figuran inscritos 440 viticultores y 45 bodegas que elaboran una media anual de casi 2,2 millones de litros de vino, de los que el 40% se destina a la exportación.

## Manchuela

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie de producción protegida por la DO se extiende sobre 9.000 hectáreas de viñedo localizadas en 70 términos municipales de la comarca de La Manchuela, situada al sudeste de Cuenca y al nordeste de Albacete.

**CARACTERÍSTICAS:** La variedad autóctona emblema de la Denominación de Origen Manchuela es la uva Bobal. Una variedad que da vida a excelentes crianzas y reservas de viñas centenarias y a unos inigualables rosados especialmente afrutados y frescos, cuya calidad avalan año tras año numerosos premios en concursos nacionales e internacionales. También se producen, en menor proporción, las variedades Tempranillo y Macabeo.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador hay 1.000 viticultores inscritos, 37 empresas que elaboran y comercializan una media anual de 2.000.000 litros de vino con Denominación de Origen, de los que el 80 por ciento se destina a la exportación.

## Méntrida

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie de producción amparada por la Denominación de

Origen Méntrida abarca cerca de 8.100 hectáreas de viñedo, distribuidas entre 50 municipios al norte de la provincia de Toledo. Los principales centros vitivinícolas son Maqueda, Méntrida, Escalona y Torrijos.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades de uvas predominantes son Garnacha Tinta (90%) y Cencibel, aunque se están plantando variedades nuevas como la Cabernet-Sauvignon, Merlot y Syrah. Los vinos tintos son de elevada graduación alcohólica, espesos, de aroma suave y muy sabrosos. Los rosados resultan ligeros, aromáticos y de agradable color, excelentes al paladar, a pesar de su alta graduación alcohólica.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están registrados 1.376 viticultores y 26 empresas bodegueras que comercializan una media anual de 1,2 millones de litros de vino, de los que más del 90% se vende en el mercado nacional.

## Mondéjar

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación de Origen Mondéjar se localiza en una superficie de 2.100 hectáreas de viñedo, repartidas en 20 municipios de la provincia de Guadalajara, con Mondéjar y Sacedón como principales centros de producción.

**CARACTERÍSTICAS:** La tinta Cencibel es la variedad predominante, complementada con la Cabernet-Sauvignon. En blancas destaca la presencia de Malvar y Torrontés y en menor proporción la Macabeo. Los vinos blancos, rosados y tintos se consumen jóvenes y resultan aromáticos y finos, con ligera graduación alcohólica. También se elaboran tintos de crianza a partir de la variedad Cabernet-Sauvignon, Tempranillo y Syrah.

**DATOS BÁSICOS:** En el registro del Consejo Regulador están inscritos 400 viticultores y 2 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 500.000 litros de vino, que se destinan en su totalidad al mercado interior.

## Monterrei

### DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción protegida se localiza en 581 hectáreas de viñedo, repartidas en los municipios de Castrelo do Val, Monterrei, Oimbra, Verín y Vilardevós en la parte

sureste de la provincia de Ourense, estableciéndose dos subzonas claramente diferenciadas: valle de Monterrei y ladera de Monterrei.

**CARACTERÍSTICAS:** Las uvas predominantes son Dona Branca, Godello y Treixadura, entre las blancas, y Mencía y Merenzao, entre las tintas. Los vinos blancos destacan por sus tonos amarillos dorados o pajizos, de intensidad aromática potente, con paso de boca ligeramente ácido y muy equilibrado. Los tintos, de color púrpura o rojo cereza, con tonos violáceos, de aromas frutales del bosque, resultan plenos y armoniosos en boca.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen están inscritos 389 viticultores y 27 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de casi 5,6 millones de litros de vino, consumidos en su totalidad en el mercado interior.

## Montilla-Moriles

### DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción abarca 5.500 hectáreas de viñedo al sur de Córdoba, aunque la zona de crianza está restringida a 17 municipios.

**CARACTERÍSTICAS:** La variedad predominante es la blanca Pedro Ximénez, aunque también se cultivan otras cepas complementarias como la Layren, Baladí-Verdejo y Moscatel. Los vinos jóvenes son afrutados, secos o ligeramente abocados, agradables y suaves. El Fino es de aroma punzante, seco y levemente amargo al paladar. El Amontillado es de aroma avellanado y resulta agradablemente complejo, sutil, suave. El Oloroso es un vino de mucho cuerpo, lleno y aterciopelado, 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 4.064 hectáreas de viñedos

en 5 subzonas de producción: Val do Salnés, Condado do Tea, O Rosal y Soutomaior, en la provincia de Pontevedra, y Ribeira do Ulla, que se reparte entre Pontevedra y A Coruña.

**CARACTERÍSTICAS:** Predomina la blanca autóctona Albariño y en menor proporción la Treixadura, Loureira Blanca, Caiño Blanco, Torrontés y Godello; y las tintas Caiño Tinto, Mencía, Espadeiro, Sousón, Loureira Tinta y Brancellao. Los vinos monovarietales de Albariño son amarillo-pajizos. Los vinos de la subzona de O Rosal y O Condado do Tea están personalizados.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador se encuentran inscritos casi 6.667 viticultores y 178 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de casi 22,9 millones de litros de vino, de los que alrededor de un 24% se exporta.

## Ribeira Sacra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



RIBEIRA SACRA  
Consejo Regulador Denominación de Origen

**ZONA GEOGRÁFICA:** Abarca 1.229 hectáreas de viñedo en 17 municipios que se distribuyen a su vez en 5 subzonas de producción: Amandi, Chantada, Quiroga-Bibei y Ribeiras do Miño, en la provincia de Lugo, y Ribeiras do Sil, en la provincia de Ourense.

**CARACTERÍSTICAS:** Las principales variedades de uvas blancas son Albariño, Loureira, Treixadura, Godello, Dona Branca y Torrontés; en el caso de las tintas las variedades predominantes son Mencía, Brancellao y Merenzao, complementadas con la Negreda y la Garnacha Tintorera. Los vinos tintos de Mencía son de color cereza, brillantes, afrutados, suaves en boca, sabrosos y elegantes. Los vinos blancos de Godello son frescos, plenos en boca y de aromas intensos.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos 2.397 viticultores y 96 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de más de 360.000 litros de vino, que se consumen en su totalidad en el mercado interior.

## Ribeiras do Morrazo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción la IGP Ribeiras do Morrazo ampara los municipios de Marín, Bueu, Vilaboa, Moaña, Cangas, Pontevedra, Poio y Redondela.

**CARACTERÍSTICAS:** Son vinos blancos y tintos con aromas francos en los que se aprecian las características propias de la materia prima de la que proceden, con graduaciones alcohólicas moderadas, aromas florales y de frutas y con una buena y equilibrada acidez.

**DATOS BÁSICOS:** Al ser muy reciente la aprobación de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

## Ribeiro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La zona de producción de la Denominación de Origen abarca una extensión de 2.804

hectáreas de viñedos localizadas en las riberas y valles de los ríos Avia, Miño y Arnoia, en la parte occidental de la provincia de Ourense.

**CARACTERÍSTICAS:** La uva predominante entre las tintas es la Caiño, complementada con Garnacha, Ferrón, Sousón, Mencía, Tempranillo y Brancellao. En uvas blancas, la principal es la Treixadura, y en menor proporción Jerez, Torrontés, Godello, Macabeo, Loureira, Albilla y Albariño. Los vinos blancos, de color pajizo, resultan elegantes, frescos, ligeros, muy aromáticos y de alegre acidez. Los tintos, de color rojo morado muy vivo, son vinos de mucha capa y elevada acidez fija.

**DATOS BÁSICOS:** Están inscritos 6.053 viticultores y 109 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 14 millones de litros de vino, que en un 95% se consume en el mercado nacional.

## Ribera de Duero

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie de producción se extiende sobre 22.552 hectáreas de viñedo distribuidas entre 89 municipios de las provincias de Soria, Segovia, Burgos y Valladolid.

**CARACTERÍSTICAS:** La cepa predominante en la zona amparada por la Denominación es la Tinta del País; en menor proporción se cultivan variedades como Cabernet-Sauvignon, Merlot y Malbec, Garnacha y Blanca

del País o Albillo. Los más representativos son los tintos de crianza y reserva, catalogados entre los mejores vinos del mundo, de intenso color, con irisaciones moradas, aroma muy delicado y penetrante, y suavemente ácidos. Los rosados son sutiles, frescos y ligeros en boca.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están registrados 8.220 viticultores y 288 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 70 millones de litros de vino según campañas, de los que el 23% se destina a la exportación.

## Ribera del Guadiana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie de producción amparada por Denominación de Origen Ribera del Guadiana se extiende sobre 29.000 hectáreas

de viñedos distribuidas entre 6 subzonas vitivinícolas de las provincias de Cáceres y Badajoz: Cañamero, Montánchez, Ribera Baja, Ribera Alta, Tierra de Barros y Matanegra.

**CARACTERÍSTICAS:** Las variedades para la elaboración de los vinos Ribera del Guadiana son Tempranillo, Macabeo, Pardina, Cayetana Blanca, Garnacha Tintorera, Alarige, Chardonnay, Cabernet-Sauvignon, Borba, Montúa, Bobal y Pedro Ximénez. Con estas cepas se elaboran vinos tintos y blancos y en menor proporción rosados, todos ellos de excelente calidad.

**DATOS BÁSICOS:** Se encuentran registrados más de 3.800 viticultores y 50 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 2 millones de litros de vino según campañas, destinados en un 75% al mercado exterior.

## Ribera del Júcar

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie de producción protegida por la DO se extiende sobre una superficie de 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 Maris ancho 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 18.125 hectáreas, siendo 8.173 hectáreas sólo de la variedad Verdejo. La DO comprende 72 municipios repartidos entre las provincias de Valladolid, Segovia y Ávila,

siendo las localidades de Rueda, La Seca y Serrada los centros vitivinícolas más importantes.

**CARACTERÍSTICAS:** La variedad autóctona de la zona es la Verdejo, estando permitidas también las variedades Sauvignon Blanc, Viura y Palomino en la elaboración de los vinos blancos. Los vinos de la DO Rueda son vinos de la cosecha, frescos y jóvenes. Desde hace unos años se ha introducido una forma de elaboración adicional en los blancos como es la fermentación en barrica, ampliando así la gama de los vinos de la DO.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritas 54 bodegas y 1.384 viticultores, que comercializan una media de 92 millones de botellas, de las que el 15% se destina a los mercados internacionales.

## Somontano

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie protegida por la Denominación de Origen Somontano es de unas 3.936

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



DENOMINACIÓ D'ORIGEN  
**TERRA ALTA**

**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie protegida por la Denominación de Origen tiene una extensión de 5.993 hectáreas de viñedo localizadas al oeste de la provincia de Tarragona, con Gandesa como principal centro de producción vitivinícola.

**CARACTERÍSTICAS:** Las cepas predominantes son las blancas Macabeo y Garnacha Blanca, y las tintas Cariñena, Garnacha Tinta y Tempranillo. Los vinos blancos son recios, amplios, de gran cuerpo y alta graduación alcohólica. Los tintos resultan de mucha capa y con potente grado alcohólico. También se elaboran vinos dulces (rancios) y blancos generosos, asimismo de fuerte graduación alcohólica.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Terra Alta figuran registrados 1.663 viticultores y 45 empresas bodegueras que producen una media anual de 30 millones de litros de vino con Denominación de Origen.

## Tierra de León

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



DENOMINACIÓN DE ORIGEN  
**Tierra de León**

**ZONA GEOGRÁFICA:** La superficie amparada por la Denominación de Origen cubre cerca de 1.357 hectáreas de viñedo, repartidas entre 69 municipios de la provincia de León y 19 de

la provincia de Valladolid, pertenecientes a las riberas de los ríos Esla y Cea.

**CARACTERÍSTICAS:** Los vinos de la Denominación utilizan como variedades principales de uva tinta la Prieto Picudo, Mencía, Tempranillo y Garnacha, mientras que de uva blanca se emplean las variedades Verdejo, Albarín blanco, Godello, Malvasía y Palomino.

**DATOS BÁSICOS:** En el Consejo Regulador están inscritos cerca de 375 viticultores y 39 empresas bodegueras que producen y comercializan una media anual de 2 millones de botellas de vino amparadas por la Denominación de Origen.

## Tierra del Vino de Zamora

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



**TIERRA DEL VINO**  
Z A M O R A

**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



**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



**E**l sector de las bebidas espirituosas se vio impulsado en 2021 por el regreso del turismo y la apertura parcial del sector de la hostelería y la restauración. Sin llegar a los niveles prepandemia, el último trimestre del año fue mejor para el sector debido al auge de las celebraciones.

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 2021 alcanzó los 165 millones de litros, un 9,9% más que en 2020, pero todavía un 20% por debajo de los niveles que había en 2019.

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 en 2021 ese porcentaje había bajado hasta el 44%. Por el contrario, el canal alimentación ha ganado peso en estos años.

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.

En el año 2021 se elaboraron 198 millones de litros de bebidas espirituosas, de los cuales el 20% de destinó al mercado exterior.

El sector aportó durante 2021 a la economía española 7.585 millones de euros y contribuyen económicamente con 1.964 millones de euros. 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.

El whisky fue en 2021, 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 21,5%; la ginebra (19,5% de cuota), el ron (14,6%), el brandy (8,7%), los anisados (5,7%), el vodka (4,1%), los ponches (0,8%) y el tequila (1%).

Con respecto a la cuota de mercado, crecieron en 2021 todos los consumos de estas bebidas, excepto el del brandy. De todos ellos, el que más recuperó cuota de mercado fue el tequila, seguido del ron.

Dentro del segmento de whisky, las presentaciones "blended" fueron las más demandadas, con alrededor del 90% del total. El 10% restante se repartió en porcentajes similares entre el bourbon, whisky de malta y el whisky reserva. Asimismo, en el caso del ron, las variedades oscuras acapararon el grueso de las ventas frente a las blancas.

## BEBIDAS ESPIRITUOSAS CON MARCA DE CALIDAD

La Unión Europea reconoce y protege producciones con una marca de calidad diferenciada e indicación geográfica a 274 bebidas espirituosas, de las cuales 19 son españolas y tienen una gran importancia a nivel social y económico.

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. Estas empresas son también las que más exportan (44% del total).

Entre esas indicaciones geográficas están, por ejemplo, el Brandy de Jerez, el Ronmiel de Canarias,

el Pacharán Navarro, los licores gallegos, las Hierbas Ibicencas o el Anís de Chinchón (Madrid).

## 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, pero especialmente en Andalucía, Cataluña, Galicia, Castilla-La Mancha, Navarra, Murcia y La Rioja

La producción se realiza en 3.800 centros, de los cuales 3.500 son destilerías artesanales. De hecho, el 80% de estas empresa son pequeñas y medianas (Pymes).

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 región 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 290 millones de euros en 2021, cifra inferior a la del año anterior.

Por su lado, el segundo grupo empresarial llegó hasta cerca de 220 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 distribución (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%.

El sector industrial está muy comprometido con la defensa del medio ambiente. Así, según datos de la Federación Española de Espirituosos, el 93% de los residuos sólidos de las fábricas productoras se reciclan.

### PRINCIPALES EMPRESAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS Y LICORES (FABRICANTES Y COMERCIALIZADORES)

EMPRESA	Mill. Euros
Pernod Ricard España, S.A.	290
Diageo España, S.A.	162,23
Beam Suntory Spain,S.L. (Maxxium España).	175
Impor. Y Export. Varma, S.L	120,82
Zamora Company Grupo	220
Bodegas Fundador S.A (Grupo Emperador) (1)	114
Grupo Osborne, S.L *	211
Bardinet, S.A	72,5
Bacardi España, S.A.	95
Destilerías MG, S.L	47

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones. (1) Estimación

Además de reducir el impacto de los residuos, las empresas también minimizan el consumo de energía, apuestan por los subproductos orgánicos generados por la transformación de las materias agrícolas e invierten en mejorar la gestión del agua en las destilerías y plantas embotelladoras.

## 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.

Las exportaciones de bebidas espirituosas crecieron durante 2021 un 33% y alcanzaron un valor de 838 millones de euros, cifra superior a la del año 2019 por lo que puede decirse que se han recuperado los índices pre pandemia de la Covid.

En valor, los licores fueron las bebidas que más aportaron (alcanzaron los 200 millones de euros), seguidas del grupo de “los demás licores”, whisky, brandy, ron, ginebra y vodka.

Los principales destinos de esas ventas de bebidas espirituosas son Alemania, Filipinas, Reino Unido, México, Países Bajos 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 2021, las compras de estas bebidas fueron superiores a las del año anterior. Se importaron 170,4 millones de litros, un 29% más que en 2020. El whisky y el ron fueron las dos bebidas más importadas en volumen. Los países que más bebidas vendieron a España fueron Reino Unido, Países Bajos y Estados Unidos. ■



## CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 118,6 millones de litros de bebidas espirituosas y bebidas derivadas del vino y gastaron 577,1

millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 2,6 litros de consumo y 12,4 euros de gasto.

### CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL BEBIDAS ESPIRITUOSAS	118,6	2,6	577,1	12,4
BRANDY	4,4	0,1	40,9	0,9
WHISKY	7,6	0,2	101,0	2,2
GINEBRA	5,9	0,1	84,3	1,8
RON	4,4	0,1	56,2	1,2
ANIS	3,3	0,1	25,1	0,5
OTRAS BEBIDAS CON VINO	78,5	1,7	143,0	3,1
OTRAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS	14,5	0,3	126,6	2,7



## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

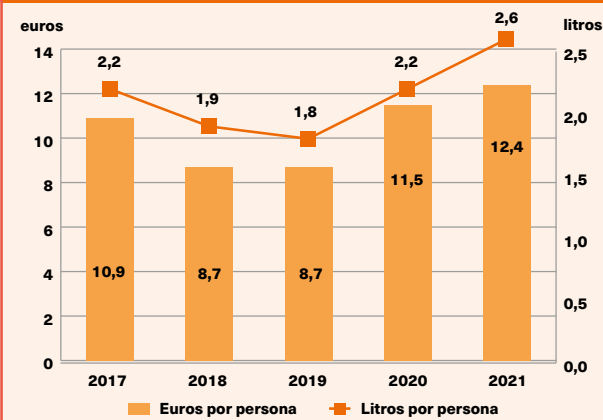
En términos per cápita, el consumo de bebidas espirituosas durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de bebidas espirituosas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de bebidas espirituosas es superior.
- En los hogares donde compra una persona de más de 65 años, el consumo de bebidas espirituosas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene 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 y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, en los hogares monoparentales, entre las parejas jóvenes sin hijos, en las parejas con hijos mayores y en el caso de los jóvenes independientes.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Baleares y La Rioja cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra y Castilla-La Mancha.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

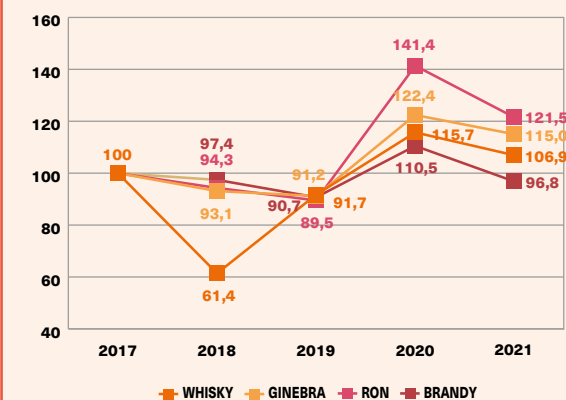
Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto en bebidas espirituosas y derivadas del vino estaba siendo estable pero se ha producido un incremento en los años 2020 y 2021 (0,4 litros y 1,5 euros). En el periodo 2017-2021, el mayor consumo se produjo en 2021 (2,6 litros), mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2021 (12,4 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2017-2021

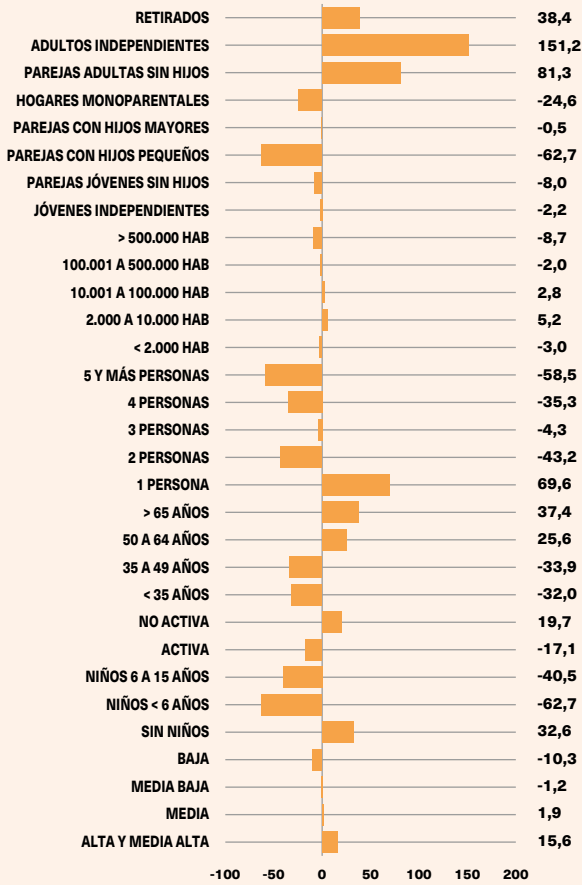


En la familia de bebidas espirituosas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 estaba siendo diferente para cada tipo de producto aunque todos en un contexto de retroceso. En el año 2020 se produce un repunte del consumo motivado por los efectos de la COVID-19 que se ha corregido a la baja durante el ejercicio 2021. Respecto a la demanda de 2017, el consumo de todas las bebidas espirituosas cuenta con niveles superiores, excepto en el brandy.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS (2017=100), 2017-2021



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

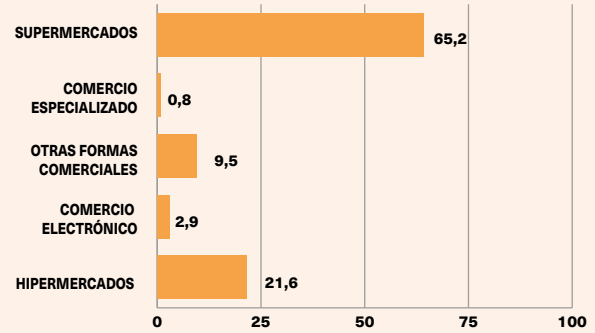


\* Media nacional = 2,6 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de bebidas espirituosas a los supermercados (65,2% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 21,6%. Los establecimientos especializados representan el 0,8%, el comercio electrónico el 2,9% y, finalmente, otras formas comerciales alcanzan la cuota del 9,5% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

## ANDALUCÍA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS CON DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

BRANDY DE JEREZ  
 ANÍS DE CAZALLA  
 ANÍS DE OJÉN  
 ANÍS DE RUTE  
 RON DE GRANADA  
 RON DE MÁLAGA

## ASTURIAS

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS

AGUARDIENTE DE SIDRA  
 DE ASTURIAS \*

## CANARIAS

## DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

RONMIEL DE CANARIAS \*

## BALEARES

## DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

PALO DE MALLORCA  
 HIERBAS IBICENCAS  
 GIN DE MAHÓN  
 HERBES DE MALLORCA

## CANTABRIA

## MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

AGUARDIENTE DE ORUJO

## CATALUÑA

## DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

RATAFIA CATALANA \*  
 BRANDY DEL PENEDÉS \*

## COMUNIDAD VALENCIANA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS TRADICIONALES DE ALICANTE  
 ANÍS PALOMA DE MONFORTE DEL CID  
 APERITIVO-CAFÉ DE ALCOY  
 CANTUESO ALICANTINO  
 HERBERO DE LA SIERRA DE MARIOLA

## GALICIA

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS

ORUJO DE GALICIA  
 AGUARDIENTE DE HIERBAS DE GALICIA  
 LICOR DE HIERBAS DE GALICIA  
 LICOR CAFÉ DE GALICIA

## LA RIOJA

## REGISTRADOS Y CERTIFICADOS

AGUARDIENTES  
 BEBIDAS DERIVADAS DE ALCOHOLES NATURALES  
 LICORES  
 PACHARÁN

## MADRID

## DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

CHINCHÓN

## NAVARRA

## DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

PACHARÁN NAVARRO \*

\*Inscrita en el Registro de la UE





## Aguardiente de Hierbas de Galicia

(Aguardiente de Hierbas de Galicia)

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



**ZONA GEOGRÁFICA:** Esta Denominación Geográfica protege los aguardientes de hierbas elaborados en toda la comunidad autónoma de Galicia.

**CARACTERÍSTICAS:** El producto protegido se obtiene a partir de aguardiente amparado por la DG Orujo de Galicia/ Aguardiente de Galicia mediante maceración y/o destilación de alcohol en presencia de las hierbas que lo caracterizan, con un contenido en azúcares inferior a 100 gramos por litro; se emplearán un mínimo de tres plantas entre menta, manzanilla, hierbaluisa, romero, orégano, tomillo, cilantro, azahar, hinojo, regaliz, nuez moscada y canela. La coloración dependerá de la fórmula del elaborador.

**DATOS BÁSICOS:** La media anual de producción de estos últimos años es de 5.700 litros de producto, comercializados por 10 empresas.

## Bebidas Espirituosas Tradicionales de Alicante

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La DE incluye 4 producciones diferentes: Anís Paloma de Monforte del Cid, Aperitivo-Café de Alcoy, Cantueso Alicantino y Herbero de la Sierra de Mariola, todas en Alicante.

**CARACTERÍSTICAS:** El Anís Paloma de Monforte del Cid se elabora destilando semillas de anís verde y/o anís estrellado (40° a 55°). El Aperitivo-Café de Alcoy se obtiene por maceración de café Arábica de tueste natural en alcohol de origen agrícola (15° a 25°). El Cantueso Alicantino se elabora con la destilación en alcohol de la flor y el pedúnculo de la planta del cantueso (25° a 35°). El Herbero de la Sierra de Mariola es un anisado que puede contener desde un mínimo de 4 hasta 16 plantas de las que se recolectan en esta sierra.

**DATOS BÁSICOS:** 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 figuran inscritas 3 empresas que elaboran que comercializaron en el 2020 aproximadamente 6.000.000 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 24º y 38º 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 24º y 38º y el color final de la bebida es topacio-ámbar.

**DATOS BÁSICOS:** Las 3 empresas productoras-embotelladoras registradas comercializan al año unos 300.000 litros. Un alto porcentaje de la producción se consume en las islas donde se elabora esta bebida espirituosa.

## Licor Café de Galicia

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



**ZONA GEOGRÁFICA:** Esta Denominación Geográfica protege el Licor Café elaborado en toda la comunidad autónoma de Galicia.

**CARACTERÍSTICAS:** El Licor Café de Galicia es la bebida espirituosa tradicional elaborada en Galicia a partir de aguardiente amparado por la Denominación Geográfica Orujo de Galicia/Aguardente de Galicia y alcohol etílico de origen agrícola, mediante maceración y/o destilación de alcohol en presencia de café de tueste natural, con un contenido mínimo de azúcares superior a 100 gramos por litro.

**DATOS BÁSICOS:** En el último año 25 empresas comercializaron 39.200 litros con Denominación Geográfica.

## Licor de Hierbas de Galicia

(Licor de Hierbas de Galicia)

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



**ZONA GEOGRÁFICA:** Esta Denominación Geográfica protege los licores de hierbas elaborados en toda la comunidad autónoma de Galicia.

**CARACTERÍSTICAS:** Licor de Hierbas de Galicia es la bebida espirituosa tradicional elaborada a partir de aguardiente amparado por la Denominación Geográfica Orujo de Galicia/Aguardente de Galicia, mediante maceración y/o destilación de alcohol en presencia de las hierbas que lo caracterizan, con un contenido en azúcares superior a 100 gramos por litro; emplearán un mínimo de tres plantas de entre menta, manzanilla, hierbaluisa, romero, orégano, tomillo, cilantro, azahar, hinojo, regaliz, nuez moscada y canela. La coloración dependerá de la fórmula del elaborador.

**DATOS BÁSICOS:** En el último año, 25 empresas comercializaron 104.300 litros con Denominación Geográfica.

## Orujo de Galicia

(Aguardente de Galicia)

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación Geográfica protege los aguardientes de orujo elaborados en Galicia. Hay 9 subzonas de producción con características propias: Ribeiro, Valdeorras, Rías Baixas, Ribeira Sacra, Val do Miño-Ourense, Val de Monterrei, Betanzos, A Ulla y Portomarín. También están amparados otros ayuntamientos de A Coruña, Ourense y Pontevedra.

**CARACTERÍSTICAS:** El producto se obtiene de la destilación de bagazos y orujos resultantes de la vinificación de uvas producidas en Galicia. Su graduación oscila entre los 37,5º y los 50º, con aromas intensos, delicados, armoniosos. El color es blanco transparente y limpio en los aguardientes de orujo; ambarino tostado, traslúcido y claro en el caso de los sometidos a envejecimiento.

**CARACTERÍSTICAS:** El producto se obtiene de la destilación de bagazos y orujos resultantes de la vinificación de uvas producidas en Galicia. Su graduación oscila entre los 37,5º y los 50º, con aromas intensos, delicados, armoniosos. El color es blanco transparente y limpio en los aguardientes de orujo; ambarino tostado, traslúcido y claro en el caso de los sometidos a envejecimiento.

**DATOS BÁSICOS:** En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 75 empresas que cumplen las normativas de la Denominación Geográfica y que comercializan una media anual de 135.000 litros de Orujo de Galicia.

## Pacharán Navarro

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



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).

**ZONA GEOGRÁFICA:** La Indicación Geográfica ampara la zona de elaboración delimitada por el ámbito geográfico de la Comuni-

## Palo de Mallorca

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



dad 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.

**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 comuni-

## Ratafia Catalana

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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 3 empresas que elaboran que comercializaron en el 2020 unos 35.000 litros de Ratafia Catalana. La totalidad de la producción se destina al mercado interior.

**ZONA GEOGRÁFICA:** La Denominación Geográfica ampara la producción y elaboración de esta bebida espirituosa tradicional en todo el territorio de Cataluña.

**CARACTERÍSTICAS:** La Ratafia Catalana es un licor elaborado por una maceración hidroalco-

## Ronmiel de Canarias

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



o sus destilados, agua potable, azúcares, extractos vegetales (aromas) y miel. El producto es de color del oro viejo al caoba intenso, capa media, limpio y brillante. Su sabor es intenso, dulce, untuoso, suave al paladar, de retrogusto muy agradable con aroma caramelizado, miel, con notas a ron y extractos vegetales. Su aspecto es traslúcido, exento de impurezas y de partículas en suspensión. Se podrá utilizar la mención Selecto cuando las materias primas (ron, aguardiente de caña, aguardiente de melaza de caña o sus destilados y miel) sean de origen canario. La graduación alcohólica mínima es del 20% del volumen y una máxima del 30%.

**DATOS BÁSICOS:** La producción de Ronmiel de Canarias ronda los 1,5 millones de litros anuales, de los cuales unos 46.000 l. se destinan a su exportación.

**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

## SIDRA

**E**l balance para el sector industrial de la sidra en 2021 fue mejor que el del año precedente, gracias a la recuperación del consumo en el canal alimentación y a las nuevas propuestas (sin alcohol, etc.).

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 2021 se elevó a 462.593 hectolitros, por un valor de casi 55,4 millones de euros. Comparando esta cifra con la del año 2020 se produjo un incremento del 4,7% en volumen y del 6,5% en valor.

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.

Hasta que llegó la pandemia, el mercado de la sidra había registrado un crecimiento moderado gracias al aumento del consumo tanto extranjero, como nacional.

Los cambios en los gustos hacia bebidas más naturales y con menos alcohol, unido a la irrupción de nuevas presentaciones y sabores, hicieron posible este aumento del consumo.

En el caso de la sidra achampanada, también ha influido la desestacionalización en el aumento 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 buena.

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, que tras la caída de ventas experimentada en 2020 por la pandemia logró recuperar posiciones en 2021. Ese año, el Consejo Regulador entregó 4.091.000 contraetiquetas, un 32% más que en el año precedente, y los lagares inscritos en la DOP elaboraron algo más de 3,7 millones de litros de sidra.

Más reciente es la aparición de una sidra con certificado de calidad en el País Vasco: la DO Euskal Sagardoa. En 2021, cuarto año de actividad, la producción de sidra vasca se triplicó con respecto a un año antes. Así, se produjeron hasta 3,5 millones de litros gracias a la buena cosecha de manzanas de ese año.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas fabricantes y comercializadoras de sidra en nuestro país 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 19,1

#### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE SIDRAS

EMPRESA	Mill. Euros
Grupo El Gaitero	19,12
Custom Drinks, S.L.*	6,19
Manuel Bustos Amandi, S.A.	9,5
Sidras Kopparberg S.A.	2
Sidra Menéndez, S.L.	4,73
Sidra Trabanco, S.A.	3,27
Eva Group (*)	17
Sidras Saizar SL	2,51
Sidra Cortina Coro, S.L.	2,3
SAT Zapian	2,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \*Incluye la facturación de otras producciones.





millones de euros en el ejercicio 2021, muy por encima de la cifra del año anterior.

El segundo lugar en el ranking por facturación también lo ocupa un grupo, cuyas ventas totales (incluidas las de otras producciones) rondaron los 9,5 millones de euros en 2021 (se incluyen los resultados de las ventas de otros productos distintos a la sidra) y la tercera empresa facturó casi 6,9 millones de euros, entre los que también

A partir de estas tres primeras empresas, las facturaciones anuales de las diez primeras empresas en el sector de la sidra van de los 4 millones a 2 millones de euros. Entre esas diez empresas se encuentra la importadora sueca Sidras Kopparberg, que lleva

## CONSUMO Y GASTO EN SIDRA

Durante el año 2021, los hogares españoles consumieron 19,8 millones de litros de sidra y gastaron 52,3 millo-

ños introduciendo 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 2021 un total de 33 elaboradores, 376 cosecheros y 949,6 hectáreas de manzanos al acabar 2021. En todos los casos, excepto en el de lagares, los datos del año fueron superiores a los del precedente. Por su parte, en la Denominación de Origen Euskal Sagar-doa hay registrados 48 bodegas y 248 productores de manzana de las tres provincias vascas.

## COMERCIO EXTERIOR

Las importaciones de sidra que realiza España están motivadas por la demanda del turismo. Muchos de los turistas que cada año viene a nuestro país están acostumbrados a consumir sidras de sus países, lo que hace que las importaciones tiendan a cubrir esas demandas.

Al descender drásticamente el turismo por la pandemia, las importaciones de este tipo de bebidas también lo hicieron. Según datos de Comercio, en el año 2021 se importaron casi 4,8 millones de litros y se exportaron 3,7 millones de litros.

Los países de los que se importa sidra son principalmente de la Unión Europea (Suecia, Irlanda y Francia) y entre los países terceros destaca Reino Unido.

Respecto a la exportación, tradicionalmente se enviaban algunas partidas de sidra achampanada a países con mucha población migrante o descendiente de migrantes españoles, como Cuba, República Dominicana, México o Venezuela, pero hoy en día se exporta también a países de la UE ( Bélgica, Países Bajos o Francia) y a Estados Unidos. ■

nes de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,4 litros de consumo y 1,1 euros de gasto.

### CONSUMO Y GASTO EN SIDRA DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL SIDRA	19,8	0,4	52,3	1,1

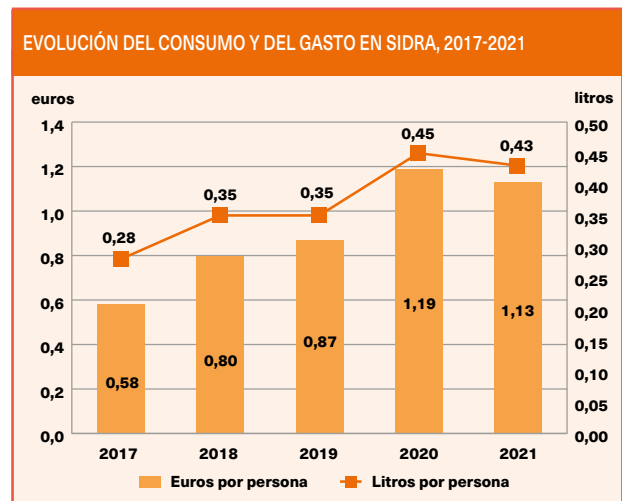
## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de sidra durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

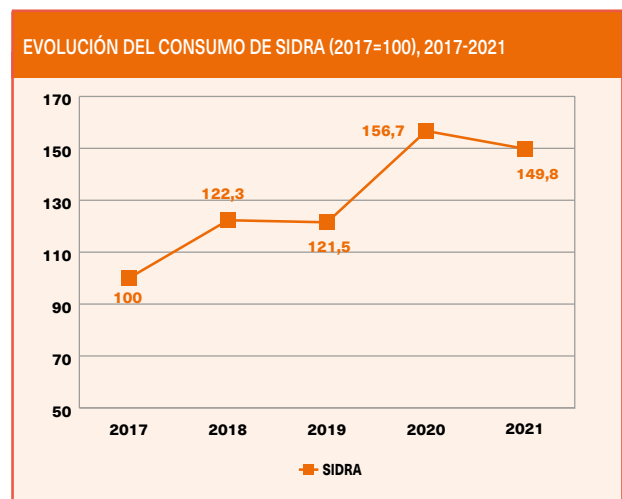
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de sidra, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si 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 menores de 2.000 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, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, Galicia y Navarra 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

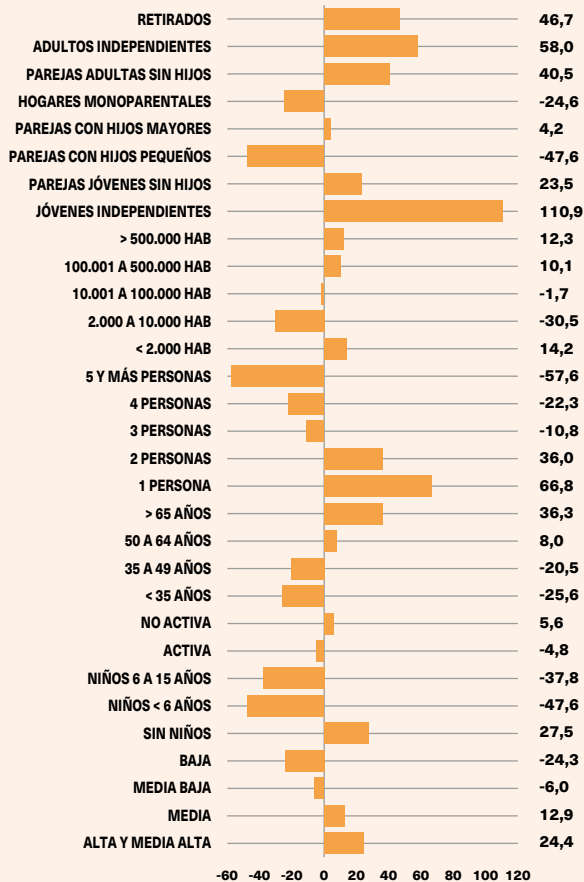
Durante los últimos cinco años, el consumo de sidra estaba incrementándose aunque en el año 2020 se produce un notable repunte motivado por los efectos de la COVID-19, que durante el año 2021 prácticamente se ha estabilizado. En el periodo 2017-2021, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (0,45 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 2016-2020, y respecto a la demanda de 2016, se observa una caída en el año 2017, y un ascenso notable en los ejercicios 2018, 2019 y, sobre todo, 2020 por los efectos de la COVID-19.



En cuanto a la evolución del consumo per cápita de sidra durante el periodo 2017-2021, y respecto a la demanda de 2017, se observa un ascenso notable en los ejercicios 2018, 2019 y, sobre todo, 2020, con una ligera disminución en el año 2021.



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

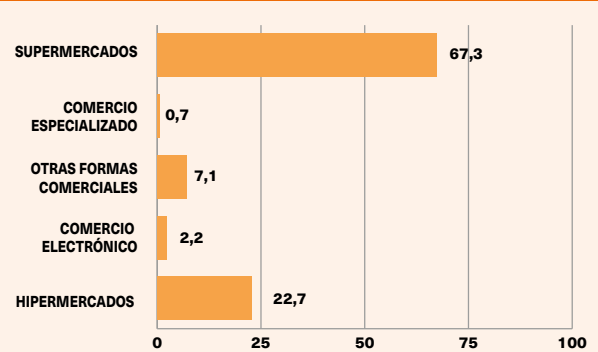


\* Media nacional = 0,4 litros por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sidra a los supermercados (67,3% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 22,7% y los establecimientos especializados llegan al 0,7% y el comercio electrónico al 2,2%. Las otras formas comerciales concentran el 7,1% restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SIDRA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



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

### ASTURIAS

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

SIDRA DE ASTURIAS \*

### PAÍS VASCO

#### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

EUSKAL SAGARDOA (SIDRA NATURAL DEL PAÍS VASCO)

#### EUSKO LABEL

SIDRA GORENAK

\* Inscrita en el Registro de la UE

## Sidra de Asturias

(Sidra d'Asturies)

### DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



#### ZONA GEOGRÁFICA:

El ámbito amparado es la comunidad autónoma de Asturias. Los lagares se encuentran en Oviedo, Gijón y Villaviciosa, principalmente.

Como concejos productores de manzana de sidra destacan los dos últimos más Siero, Colunga, Nava, Llanes, Langreo, Piloña, Cangas de Onís, Onís y Caravia.

**CARACTERÍSTICAS:** La sidra es el producto resultante de la fermentación del mosto natural fresco de manzana de sidra, que contiene exclusivamente gas carbónico de origen endógeno. Su graduación alcohólica mínima es de 4,5°. Se elaboran tres tipos de sidra: la natural, de escanciado tradicional; la denominada de nueva expresión, filtrada y clarificada, y la espumosa, que se elabora a partir de 22 tipos de manzana.

**DATOS BÁSICOS:** La superficie destinada al cultivo de manzano de sidra con DOP supera las 582 hectáreas. Se encuentran inscritos más de 272 productores y 23 empresas elaboradoras de sidra natural. La producción media anual es de 9,5 millones de litros, de los que se comercializan 2,8 millones de litros con DOP.

## VERMÚ

El 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 consonancia con la tónica de los últimos años, el sector del vermú siguió creciendo en 2021. La producción nacional aumentó en volumen un 8% y el valor un 11%. Se produjeron a nivel industrial 912.086 hectolitros de vermú y su valor superó los 166 millones de euros, según los datos de la Encuesta Industrial de Productos, que publica el INE (Instituto Nacional de Estadística).

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 semi-artesanal, al igual que ha sucedido en el sector de la cerveza.

Anualmente se consumen en nuestro país alrededor de 55 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 2021 se vendieron en el exterior, tanto envasado como a granel, 65 millones de litros de vermouth (un 16% más que en el año anterior). Asimismo, se importaron 19,7 millones de litros, unos 2,7 millones de litros más que en el ejercicio anterior, según datos de Comercio. ■

# BEBIDAS REFRESCANTES



**E**l consumo de bebidas refrescantes se recuperó en 2021, especialmente a partir del segundo semestre del año, hasta alcanzar un crecimiento del 5% con respecto al año anterior. Las buenas temperaturas del otoño y el restablecimiento de la hostelería y el turismo fueron los causantes de esta recuperación del consumo de refrescos, según datos de la Asociación de Bebidas Refrescantes (Anfabra), que representa desde 1977 al grueso de las empresas del sector. La asociación española forma parte de Unesda, que es la federación europea del sector de los refrescos.

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.

## PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LOS REFRESCOS

EMPRESA	Mill. Euros
Coca Cola Europacific Partners Iberia	2.141
Refresco Iberia	155
Font Salem (Grupo Damm)*	340
Pepsico Bebidas Iberia*	400
Schweppes (SUNTORY BEVERAGE & Food Spain*)	306,2
J. García Carrión *	225
Agua Mineral San Benedetto, S.A *	24,2
Refrescos del Atlántico *	34,5
Ahembo*	74,5
Red Bull España *	82,2

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021 \* Incluye la facturación de otras producciones.

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.

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. Así, se estima que, por cada empleo creado en la industria, se generan otros siete de manera indirecta.

Según Anfabra, el sector genera 9.500 empleos directos y hasta 71.000 si se incluyen los indirectos. El Valor Añadido Bruto (VAB) generado por el sector es de 3.800 millones de euros y sus inversiones anuales rondan los 350 millones de euros.

Los refrescos de cola lideran las ventas en este mercado y con mucha diferencia respecto al resto. En 2021, según datos de Anfabra tenían una cuota de mercado del 51,3%, mientras que los de naranja representaban el 9,6%.

Por detrás se sitúan los refrescos para deportistas, los de limón, los de té, las gaseosas, las bebidas energéticas, las tónicas, los de lima-limón y el resto.

En 2021 destacó un nuevo crecimiento de los refrescos sin azúcar y sin calorías, que siguieron ganando cuota de mercado en las distintas categorías. De entre estas versiones "light", destacaron la subida del consumo de los sabores cola (que crecieron un 30%), limón (18%) y naranja (9%).

El sector lleva muchos años reduciendo el contenido de azúcar en sus productos. De este modo, entre los años 2010 y 2020, el uso de azúcares se redujo hasta un 38% y actualmente, el 37% de los refrescos son sin azúcar y sin calorías. A nivel europeo, España es líder en reducción de azúcar.

También las empresas continúan disminuyendo el peso de los envases e introduciendo 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.

No obstante, junto a estos enormes operadores internacionales que dominan el mercado aparecen algunas grandes empresas españolas de sectores afines (vino, aguas, lácteos, etc.), que incursionan con

éxito en este mercado y consolidan líneas de negocio muy importantes. Todas las empresas elaboran y comercializan sus productos en España.

En 2021, el grupo principal del sector es una multinacional que obtuvo 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 155 millones de euros, cifra superior a la del año anterior. Por su lado, también subió la facturación del tercer grupo empresarial (hasta los 340 millones de euros, en los que se incluyen las aportaciones de otros negocios) y la del cuarto aumentó un hasta los 306 millones de euros.

En este sector de los refrescos, las marcas blancas o de distribuidor (MDD) son menos importantes que en otros, aunque su posición depende mucho de los diferentes segmentos del mercado. Por ejemplo, en gaseosas llegan a alcanzar hasta el 65 % del mercado.

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, según Anfabra.

### 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 2021, los hogares españoles consumieron 1.814,3 millones de litros de gaseosas y bebidas refrescantes y gastaron 1.706,2 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 39,2 litros de consumo y 36,9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las bebidas refrescantes (35,9 litros por persona y año), y dentro de

ellas, los consumos más elevados se registran en los refrescos de cola (18,2 litros per cápita), seguido de los refrescos de naranja (4,1 litros per cápita). Por su parte, la gaseosa alcanza un consumo de 3,3 litros por persona y año. En términos de gasto, las bebidas refrescantes concentran el 97,0%, con un total de 35,8 euros por persona, mientras que la gaseosa representa el 3,0%, con 1,1 euros por persona.

### CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES DE LOS HOGARES, 2021

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	1.814,3	39,2	1.706,2	36,9
GASEOSAS	152,0	3,3	49,7	1,1
BEBIDAS REFRESCANTES	1.662,3	35,9	1.656,5	35,8
NARANJA	188,0	4,1	133,3	2,9
LIMON	135,7	2,9	91,5	2,0
COLA	842,2	18,2	855,7	18,5
NORMAL	338,6	7,3	340,2	7,4
LIGHT	341,6	7,4	347,4	7,5
SIN CAFEINA	16,6	0,4	18,4	0,4
LIGHT SIN CAFEINA	145,4	3,1	149,6	3,2
BEBIDA REFRESCANTE TONICA	40,1	0,9	65,7	1,4
BEBIDA REFRESCANTE TE Y CAFE	108,3	2,3	137,5	3,0
BEBIDA REFRESCANTE ISOTONICAS	123,0	2,7	169,0	3,7
BEBIDA ENERGETICA	36,9	0,8	73,2	1,6
OTRAS BEBIDAS REFRESCANTES	225,0	4,9	203,7	4,4
BEBIDAS CON ZUMO Y LECHE	97,2	2,1	92,6	2,0



## DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

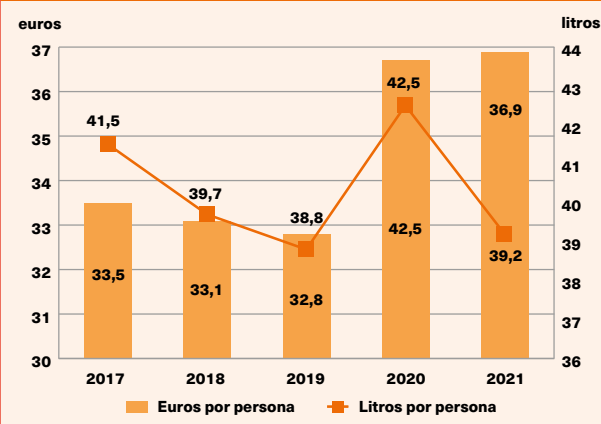
En términos per cápita, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes durante el año 2021 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de bebidas refrescantes y gaseosas es superior.
- En los hogares donde compra una persona de entre 50 y 64 años, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene de 35 a 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de bebidas refrescantes y gaseosas, mientras que los índices más reducidos se registran en los núcleos familiares formados por 4 miembros.
- Los consumidores que residen en núcleos con censos de entre 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, Castilla-La Mancha, Canarias y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a País Vasco, Navarra y La Rioja.

## EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

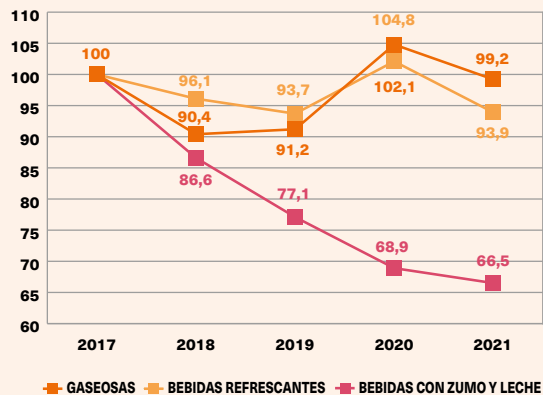
Durante los últimos cinco años, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes había caído pero en el ejercicio 2020 se produce un repunte motivado por los efectos de la COVID-19 que se ha corregido a la baja en el año 2021. En el periodo 2017-2021, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en los años 2020 y 2021 respectivamente (42,5 litros y 36,9 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES, 2017-2021



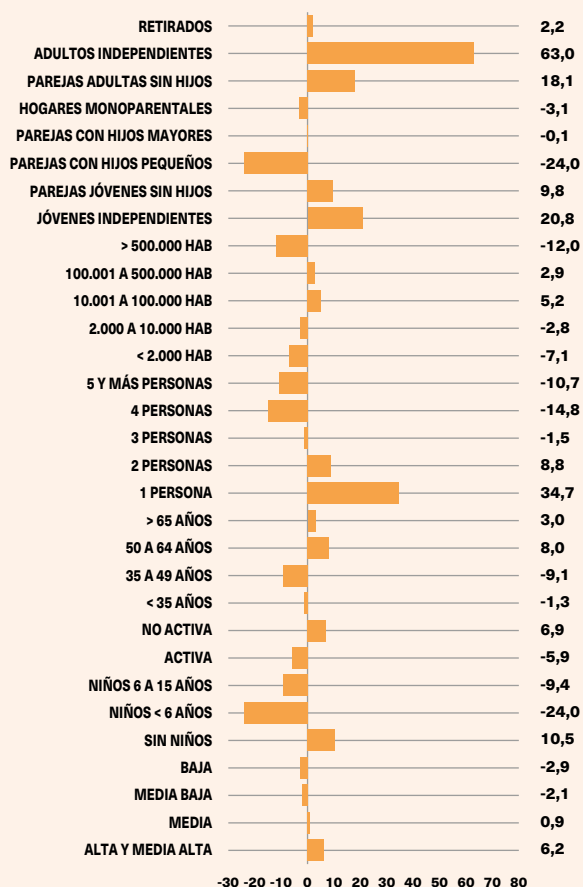
En la familia de gaseosas y bebidas refrescantes, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2017-2021 ha sido similar para gaseosas y bebidas refrescantes con una recuperación en el año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 que, sin embargo, no se mantiene en el año 2021.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BEBIDAS REFRESCANTES (2017=100), 2017-2021





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

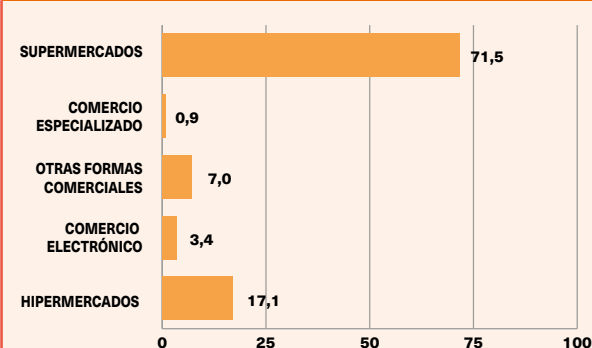


\* Media nacional = 35,9 litros por persona

**CUOTA DE MERCADO**

En cuanto al lugar de compra, en 2021 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de gaseosas y bebidas refrescantes a los supermercados (71,6% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 17,1%, el comercio especializado el 0,9%, el comercio electrónico del 3,4% y, finalmente, otras formas comerciales representan el 7,0% restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2021**



# 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 deberán llevar impreso el logotipo de la Unión Europea y el código numérico de la entidad de control de quien depende el operador responsable del producto, además de su propia marca y los términos específicos de la producción ecológica.

## PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

De acuerdo con la información que facilita anualmente el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en 2021 la superficie inscrita en agricultura ecológica en España llegó hasta las 2.635.442 hectáreas, lo que supuso un importante incremento interanual del 8,1% y sitúa la superficie agraria útil (SAU) dedicada a los cultivos ecológicos en el 10,79% del total. Si tenemos en cuenta también el terreno forestal en el que hay ganadería, que no es SAU, la superficie total ascendió a 2,8 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 próxi-

mos 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 2021, un 75% se encontraba ya calificada como ecológica; un poco más del 8% aparecía en conversión y un 16,8%, en su primer año de prácticas.

Andalucía acapara el 48% de todas las tierras en agricultura ecológica (incluidos montes) de España, seguida por Castilla-La Mancha (14,7%), Cataluña (9,7%), Comunidad Valenciana (5,5%), Extremadura (3,9%), Murcia (3,8%), Aragón (3,7%), Castilla y León (3,2%), Navarra (2,2%), Baleares (1,4%), Galicia (1,2%), Asturias (0,5%), Madrid (0,4%), Canarias (0,3%), País Vasco (0,3%), La Rioja (0,2%) y Cantabria (0,1%).

La mayor parte de la superficie ecológica en 2021 correspondió a los pastos permanentes, que ocuparon más de 1,45 millones de hectáreas. En segundo lugar, por superficie destaca el grupo de cultivos permanentes (775.334 hectáreas) y en tercer lugar, los cultivos arables (572.427 hectáreas).

A este respecto, dentro de los cultivos arables sobresalen por su superficie los cereales (42,6% del total), los barbechos (32,7%), las plantas para alimentación animal (8,5%); las legumbres (6,9%); las hortalizas (4,6%); los cultivos industriales (4,2%); las tierras arables (0,4%) y los tubérculos (0,2%).

Por su lado, en el grupo de los cultivos permanentes destacan los frutos secos (262.280 hectáreas), el olivar (256.507 hectáreas) y el viñedo (142.177 hectáreas), seguidos ya a mucha distancia por los cítricos (23.998 hectáreas), los frutales de hueso y pepita (9.320 hectáreas), las plataneras y frutales tropicales (8.543 hectáreas). En este grupo de cultivos había 70.810 hectáreas en 2021 dedicadas a otros cultivos que no son los mencionados.

## GANADERÍA ECOLÓGICA

En la ganadería ecológica estaban registradas en 2021 cerca de 9.247 explotaciones ganaderas, cifra muy superior a la de un año antes. Andalucía acumula el mayor número de actividades ganaderas ecológicas (58,6% del total), seguida por Cataluña (11,8%), Castilla-La Mancha (5,4%), Galicia (4,8%), Extremadura (3,7%), Baleares (3,3%), Asturias (3,3%), País Vasco (1,7%), Cantabria (1,4%), Castilla y León (1,7%), Navarra (1,6%), Canarias (1,1%), Aragón (0,7%), Comunidad Valenciana (0,3%), Madrid (0,2%), Murcia (0,2%) y La Rioja (0,1%).

Por orientaciones productivas, las más importantes son las explotaciones bovinas (49,7% del total), seguidas por las de ovino (26,7%), caprino (8,3%), aves de corral (4,9%), équidos (4,6%), apicultura (3,7%), porcino (2%) y otras ganaderías (0,1%). En este último grupo están incluidas, fundamentalmente, las granjas de conejos y las dedicadas a la cría de caracoles.

La cabaña ganadera ecológica estaba compuesta en 2021 principalmente por animales de la especie bovina (250.066 bóvidos de carne y 14.193 de leche), ovina (626.657 ovinos de carne y 45.390 de leche) y aves (1.236.453 gallinas de puesta, 511.879 pollos de carne y 14.554 aves de otro tipo), pero también había representación de las cabañas caprina, equina, porcina, cunícola y helicícola (caracoles).

La producción de carne ecológica en 2021 superó en volumen las 44.397 toneladas, un 15,8% más que en el año anterior. De este volumen total, 28.249 toneladas eran carne de vacuno (un volumen muy superior al del año precedente); 4.217 toneladas de porcino; 9.324 de ovino; 549 de caprino; 1.664 de aves y 392 de equino.

Respecto a las otras producciones ganaderas distintas a la carne, en 2021 se produjeron cerca de 77.203 toneladas de leche cruda ecológica (el 70% era de vaca); 27.514 toneladas de leche para consumo directo; 1.996 toneladas de quesos (más del doble que en el año 2020); 2.852 toneladas de leche acidificada (yogur); 215,4 millones de huevos y 1.206 toneladas de miel, entre otras producciones.

## ACUICULTURA ECOLÓGICA

Igualmente, se contabilizaron en 2021 casi 4.891 toneladas de peces, moluscos y crustáceos procedentes de la acuicultura ecológica, un volumen muy inferior al

### PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA

EMPRESA	Mill. Euros
Lácteos Industriales Agrupados, S.A. *	125
Liquats Vegetals, S.A. *	86
Frías Nutrición, S.A. *	75
Almendras de Andalucía, S.L.*	38
Herbex Iberia, S.L. *	56
Frunet, S.L. *	40
Soria Natural, S.A. *	34
Laboratorios Almond, S.L. *	28
Martínez Nieto, S.A. *	32
Nutriops, S.L. *	14,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2021. \* Incluye la facturación de otras producciones.

del año precedente, en las 167 instalaciones que había dadas de alta ese año. Casi el 57,4% de esta producción fueron mejillones y un 19%, truchas. También se produjeron en acuicultura ecológica certificada esturiones, doradas, lubinas e incluso ostras en Asturias.

### ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Por otro lado, según datos del Ministerio de Agricultura, al acabar el año 2021 había registradas 10.920 industrias ecológicas en España (525 más que en el año precedente), de las cuales 9.436 estaban orientadas a la producción vegetal y 1.484 a la animal.

De las industrias vegetales, el grupo más numeroso (37% del total) lo formaban las dedicadas a la manipulación y conservación de frutas y hortalizas. El siguiente grupo era el de elaboración de otros productos vegetales (23%), seguidos de las industrias de bebidas (17%), del aceite (13%), de la panadería (8%), la fabricación de piensos para animales (2%) y la fabricación de productos de molienda, almidones y productos amiláceos (1%).

En cuanto a las empresas ecológicas relacionadas con las producciones animales, las más numerosas son las dedicadas a la elaboración y conservación de carne y productos cárnicos (41%), seguidas de las destinadas a la elaboración de otros productos de origen animal (37% del total), productos lácteos (15%), las de manipulación y conservación de pescados, crustáceos y moluscos (6,%) y las de elaboración de aceites y grasas animales (1%).

Andalucía fue de nuevo en 2021 la comunidad con mayor número de industrias ecológicas (contaba con el 27,8% del total). La siguiente región con mayor número de empresas fue Comunidad Valenciana (19,6%), Cataluña (14%), Castilla-La Mancha (8,5%), Murcia (4,8%), Castilla y León (4,1%), Galicia (2,9%), Baleares (2,2%), Canarias (2,2%), Aragón (2,3%), País Vasco (2,2%), Madrid (1,9%), Navarra (1,7%), Asturias (1,3%) y Cantabria (0,8%).

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 entidad en el ranking facturó en 2021 un total de 120 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 75 millones de euros, de acuerdo con los datos publicados por Alimarket. En todos los tres casos, la facturación de 2021 fue mayor que en el año anterior. Asimismo,

en el ranking de las diez primeras empresas del sector había compañías que facturaron entre 38 y 14 millones de euros.

### OPERADORES Y ELABORADORES

Igualmente, según el informe del MAPA estaban registrados en España 58.485 operadores ecológicos en 2021 (muy por encima de la cifra de 2020), de los que 52.861 se dedicaban a la producción agraria. El grueso de los productores son agricultores (47.018 en el año 2021) y los demás, ganaderos o se dedican tanto a la agricultura como a la ganadería (productores mixtos).

Además, al acabar 2021 había también 5.921 elaboradores de alimentos ecológicos y 2.668 comercializadores, una cifra esta última superior a la del año precedente. El 75,6% está compuesto por empresarios mayoristas, el 20,5% por minoristas y el restante 3,9% por otros operadores. También aparecían en los registros de la agricultura ecológica 472 importadores y 230 exportadores. Por último, las entidades de producción acuícola ecológica eran 168.

### CONSUMO DE ALIMENTOS ECOLÓGICOS

El consumo de alimentos ecológicos en los hogares españoles durante el año 2021 volvió a crecer tanto en volumen como en valor. Según el informe que publica anualmente el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el consumo aumentó en volumen un 0,6% con respecto a 2020, pero el gasto realizado creció un 14,3% como consecuencia del aumento del precio medio en un 13,6%.

Desde el año 2020, el MAPA 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 los hogares españoles se destinaron durante 2021 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 54,7 euros durante el año.

Asimismo, de todo el volumen de alimentos consumidos en los hogares en 2021, el 2,34% correspondió a los productos ecológicos. De este modo, cada español

consumió 14,9 kilos de productos ecológicos en 2021, un 0,5% más que lo consumido en 2020.

Este dato confirma que se intensifica la compra y el consumo de alimentos ecológicos certificados en los hogares españoles. En cuanto al valor de esos productos, el porcentaje es mayor porque también lo es su precio.

En 2021 los alimentos ecológicos representaron el 3,4% del valor total del sector alimentario y que casi un tercio de ese valor correspondió a la carne.

Después de las carnes, destacaron por su valor (gasto dentro del grupo de alimentos ecológicos) los denominados “otros productos”, seguidos de las frutas frescas, las hortalizas, el pan fresco, los huevos, la bollería y los productos de pastelería.

Aunque en valor no fueron las primeras, en volumen las frutas y hortalizas frescas resultaron las más consumidas en los hogares españoles durante 2021, si bien ese año se redujo el consumo per cápita tanto de unas como de otras (1,9 y 1,6 kilolitros por persona respectivamente).

También se redujo en volumen el consumo per cápita de carne ecológica con respecto al año precedente, mientras que por el contrario aumentó el de pan fresco (un 10,5%).

## LIDERAZGO DEL COMERCIO ESPECIALIZADO

El comercio especializado fue en 2021 el canal que mayor porcentaje de alimentos ecológicos distribuyó (32,6% del total), a pesar de que su volumen descendió un 2% respecto a 2020.



Por su lado, supermercados y autoservicios cerraron el año 2021 con una cuota del 25,4%, siendo el segundo canal por orden de preferencia por los hogares españoles, aunque su volumen disminuye de forma muy ligera (0,2%). El resto de los canales acumuló una proporción de las compras de la categoría del 20,5%, siendo un canal que aumenta con respecto al año anterior su volumen en un 5,5%.

En cuanto al precio medio de los alimentos ecológicos consumidos en los hogares, se situó en 3,66 €/kilo (13,6% más que en 2020), y fueron las tiendas tradicionales las que registraron los precios más altos.

Por estratos de población, los que más alimentos compraron fueron los hogares de clase media alta, aunque fueron los de clase baja los que mayor consumo per cápita realizaron, con una ingesta promedio de 17,6 kilos por persona, frente a los 15,0 kilos de la media nacional.

Los hogares en los que el responsable de compras tiene más de 50 años fueron los que realizaron un consumo más intensivo de productos ecológicos, pero los individuos con más de 65 años fueron los que más consumo per cápita realizaron, según el informe del MAPA.

Finalmente, por comunidades fueron los hogares de Islas Baleares, Valencia, Cantabria y Galicia, los que tuvieron un consumo más intensivo. Más concretamente, los ciudadanos de Baleares fueron los que más alimentos ecológicos per cápita consumieron en sus hogares: 23,5 kilos por persona durante 2021, un total de 8,6 kilos por persona más que la media nacional. También se consumieron alimentos ecológicos certificados por encima de la media en los hogares de Cataluña, Extremadura y Cantabria. ■



## ANDALUCÍA



En Andalucía había en 2020 más de 1.098.493 hectáreas en agricultura ecológica, de las que casi el 89% estaba calificado de ecológico, el 4,7%

en conversión y el 6,2% se encontraba en su primer año de prácticas. De esa superficie, los cultivos en tierras arables ocupaban 149.430 hectáreas y los cultivos permanentes otras 222.066 hectáreas. Entre los primeros destacaban los cereales (68.750 hectáreas), mientras que entre los segundos, el cultivo más importante era el olivar (88.691 hectáreas en 2020), seguido de los frutos secos (76.033 hectáreas). También contaban con una superficie importante destinadas a pastos permanentes (726.996 hectáreas).

En Andalucía había 13.826 productores agrícolas ecológicos, casi 1.037 ganaderos y 1.418 mixtos. Además, estaban activas 3 entidades de producción acuícola ecológica, 939 elaboradores, 346 comercializadores ecológicos, 92 importadores y 60 exportadores. En 2020, en la ganadería ecológica andaluza había registradas 2.225 explotaciones de bóvidos de carne (109.210 cabezas); 1.310 explotaciones de ovino de carne (352.169 cabezas) y 55 de ovino de leche (14.327 cabezas); 64 explotaciones de porcino (9.884 animales); 290 de caprino de carne (15.692 cabezas) y 133 de caprino de leche (28.106 animales). También había 175 granjas equinas; 90 de apicultura y 39 de gallinas de puesta.

Las industrias ecológicas relacionadas con producciones vegetales eran en el año 2020 un total de 2.583, de las que 1.165 se dedican a la manipulación de frutas y hortalizas y 509 al aceite. Las industrias ecológicas vinculadas a la producción animal eran 418 entre las que destacan 135 dedicadas a la producción y conservación de productos cárnicos. La producción de carne ecológica sumó 25.531 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. Finalmente, la producción acuícola ecológica fue de casi 2.506 toneladas (99% esturión).

## ARAGÓN

En Aragón había en 2020 un total de 70.391 hectáreas de agricultura ecológica (10.000 más que en 2019), de las que el 74% estaba calificada, el 13% en conver-

sión y el restante 12,6% en su primer año de prácticas. Los cultivos ecológicos en tierras arables se extendían por casi 46.152 hectáreas y los permanentes por otras 11.951 hectáreas. Entre los primeros destacaban los cereales (22.081 hectáreas) y en los segundos el olivar (4.419 hectáreas). También contaba con unas 12.287 hectáreas dedicadas a pastos permanentes.



Ese año se encontraban en actividad 953 productores agrícolas ecológicos, 6 ganaderos y 40 mixtos. Además, había 185 elaboradores, 7 importadores y 32 comercializadores ecológicos. En la ganadería ecológica estaban activas 41 explotaciones, de las que 14 eran de ovino de carne, 9 de vacuno de carne, 2 de caprino de carne, 3 de porcino y 10 de gallinas de puesta y una de aves de carne. Las industrias ecológicas de Aragón relacionadas con las producciones vegetales eran 197 en 2020 y entre ellas destacaban las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (79), las de elaboración de otros productos alimenticios de origen vegetal (41) y las de elaboración de bebidas (35). Además, había otras 31 industrias ecológicas vinculadas con las producciones animales, de las que 15 se dedicaban a la elaboración y conservación de carne y productos cárnicos y 14 a la elaboración de otros productos de origen animal. La producción de carne ecológica en 2020 sumó 933 toneladas, la mayor parte de porcino. Además, ese año también se produjeron huevos ecológicos y una pequeña cantidad de miel.

## ASTURIAS



La superficie asturiana en agricultura ecológica superó en 2020 las 13.065 hectáreas, de las que el 84% estaba calificado, el 6,1% en conversión y el restante 9,9% en su primer año de prácticas. La mayoría de la superficie ecológica estaba ocupada por pastos (12.436 hectáreas en 2020). Dentro de las tierras arables (112 hectáreas en

2020) destacaron 59 hectáreas de cereales y entre los cultivos permanentes, las 309 hectáreas de frutales (manzanos principalmente).

Había ese año 215 productores agrícolas ecológicos; 188 ganaderos y 35 mixtos. Además, se encontraban en actividad 2 entidad de producción acuícola, 79 elaboradores, 2 importadores y 186 comercializadores de productos ecológicos.

Asturias contaba en 2020 con 280 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 162 eran de vacuno de carne (9.175 cabezas) y 51 de vacuno de leche (2.966 cabezas), 27 de ovino de carne (1.289 cabezas), 14 de caprino de carne (1.221 cabezas), 15 de équidos (191 cabezas), 1 de aves para carne y 9 de apicultura (1.433 colmenas).

En 2020 había inscritas 87 industrias vinculadas con las producciones vegetales ecológicas, de las que 35 se dedicaban a la manipulación y conservas de frutas y hortalizas, 15 eran de elaboración de productos de panadería y 13 de bebidas. Aparte de éstas, había 46 industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, entre las que destacaron 21 dedicadas a la elaboración y conservación de productos cárnicos y 9 de productos lácteos.

La producción de carne ecológica en 2020 ascendió a 491 toneladas, la mayor parte de vacuno. Además, ese año se produjeron 8.255 toneladas de leche de vaca, así como también pequeñas cantidades de queso, yogur, miel y huevos ecológicos.

La producción acuícola ecológica superó las 121 toneladas (ostras y plantas acuáticas comestibles, principalmente.)

## 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 2020 algo más de 7.469 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 97% estaba calificada. Dentro de los cultivos permanentes destacaron ese año las casi 765 hectáreas de plataneras y frutales subtropicales y las 433,9 hectáreas de viñedos, mientras que entre los cultivos arables sobresalieron las hortalizas con 177 hectáreas.

En esta comunidad estaban activos 1.297 productores agrícolas ecológicos, 15 ganaderos y 72 mixtos. Asimismo, también en 2020 estaban registrados 229 elaboradores, 9 importadores y 222 comercializadores. Ese año estaba dado de alta en los registros un productor de acuicultura ecológica.

Además, estaban en actividad 98 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacaron 38 de producción de huevos, 15 de ovino de leche, 10 de caprino de leche y 24 de apicultura.

Las industrias ecológicas canarias vinculadas a las producciones vegetales eran 201 y de ellas, 100 trabajaban con frutas y hortalizas frescas; 34 estaban dedicadas a la elaboración de bebidas (vino fundamentalmente) y 33 a la elaboración de otros productos. Además, había también otras 28 industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, de las que

17 se dedicaron a diferentes productos alimenticios de origen animal, básicamente a manipulación y envasado de huevos; 8 a la producción de carnes y productos cárnicos y 3 a productos lácteos.

La producción de carne ecológica sumó 33,2 toneladas, de las que la mayor parte eran de vacuno. Además, ese año se produjeron pequeñas cantidades de leche de oveja y cabra; así como también quesos, miel y huevos ecológicos.

## CANTABRIA



La superficie de agricultura ecológica en Cantabria se acercaba en 2020 a las 3.981 hectáreas, de las que el 91,4% estaba ya calificada, el 5,6% en conversión y el restante 3% en su primer año de prácticas. La mayor parte de esa superficie era de cultivos permanentes, pero había también 85 hectáreas de bayas cultivadas y 49 hectáreas de hortalizas.

En 2020 se encontraban en activo 82 productores agrícolas ecológicos, 100 ganaderos y 19 mixtos. Asimismo, también estaban registrados 2 operadores en acuicultura, 57 elaboradores, 5 importadores y 278 comercializadores de alimentos ecológicos.

En Cantabria aparecían registradas 128 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacaron 60 de vacuno de carne, 27 de vacuno de carne, 21 de équidos, 9 de ovino de carne, 7 de huevos y 8 de apicultura.

Ese año había 39 industrias ecológicas vinculadas con las producciones vegetales y otras 47 con las animales. Entre las primeras sobresalían las de panadería (14), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (14) 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 (19), las de otros productos alimenticios (11), las de elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos (9) y las lácteas (8).

La producción de carne ecológica sumó 55,3 toneladas, la mayor parte de vacuno. También hubo una gran producción de leche de vaca (6.437 toneladas), así como también de quesos, yogur y huevos ecológicos. Finalmente, la producción acuícola ecológica es muy pequeña y se centra en las plantas acuáticas.

## CASTILLA-LA MANCHA

En Castilla-La Mancha había al acabar 2020 un total de 422.864 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 85%



estaba ya calificada, el 7,6% en conversión y el 7,4% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos son los cereales (75.531 hectáreas), el olivar (74.153 hectáreas) y los viñedos (62.719 hectáreas). En esta comunidad había ese año 7.791 productores agrícolas ecológicos, 32 ganaderos y 177 mixtos. Además, estaban activos 1 entidades de producción acuícola ecológica, 457 elaboradores, 10 importadores, 2 exportadores y 141 comercializadores. Están registradas 283 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacan 92 de ovino de carne, 87 de vacuno de carne, 26 de caprino de carne, 18 de caprino de leche. Hay 889 industrias ecológicas vinculadas con las producciones vegetales y otras 68 con las producciones animales.

Entre las primeras, las más numerosas son las de manipulación de frutas y hortalizas (233), elaboración de bebidas (224, bodegas principalmente) y elaboración de aceites (189). En las segundas destacan las de otros productos alimenticios (36), de elaboración y conservación de productos cárnicos (15) y las lácteas (14). La producción de carne ecológica en el año 2020 ascendió a 1.996 toneladas, de las que un 50% era vacuno y un 40% ovino. La producción acuícola ecológica fue en 2020 de casi 607 toneladas (trucha arco iris). Asimismo, se produjeron huevos, quesos, miel, yogures y un volumen importante de leche de cabra y oveja.

## CASTILLA Y LEÓN



La superficie de agricultura ecológica llegaba en 2020 a las 69.916 hectáreas, de las que el 63,6% estaban calificadas, el 24% en conversión y el restante 12% en su primer año de prácticas. Los cultivos con mayores extensiones de producción ecológica en esta región son los de cereales (14.074 hectáreas)



en 2020), legumbres secas (5.559 hectáreas), viñedos (8.659 hectáreas) y cultivos industriales (4.170 hectáreas). Había ese año 1.121 productores agrícolas ecológicos, 52 ganaderos y 69 mixtos. Además, estaban activos 205 elaboradores ecológicos y 49 comercializadores.

Igualmente, aparecían registradas con actividad 136 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacaban las 40 de apicultura, 38 de vacuno de carne, 14 de huevos, 10 de ovino de carne y 4 de caprino de leche.

En Castilla y León había 298 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales y 98 a las animales. Dentro de las primeras, las más numerosas son las de elaboración de bebidas (138, bodegas en su mayor parte), seguidas por las de manipulación de frutas y hortalizas (59) y las de otros productos alimenticios (58). Entre las segundas, las más numerosas eran las de “otros productos cárnicos” (40) y las dedicadas a la elaboración y conservación de productos cárnicos (40).

La producción de carne ecológica en 2020 ascendió a 698 toneladas, entre vacuno, porcino y aves principalmente. Además de carne, se produjeron huevos ecológicos, miel y leche de oveja, cabra y vaca.

## CATALUÑA



En Cataluña había en 2020 un total de 256.983 hectáreas de agricultura ecológica, de las que un 82,4% estaban calificadas, un 14% en conversión y el restante 3,6% en su primer año de prácticas. Por su superficie, destacaron los cultivos de viñedos (23.758 hectáreas en 2020), las plantas para alimentación animal

(9.733 hectáreas), el olivar (8.870 hectáreas), los cereales (7.285 hectáreas) y los frutos secos (3.352 hectáreas). En Cataluña estaban activos 2.954 productores agrícolas ecológicos, 20 ganaderos y 707 mixtos. Además, aparecían inscritos 1.393 elaboradores, 132 importadores, 38 exportadores y 613 comercializadores. En todos los casos, los datos eran superiores a los del año 2019.

Las explotaciones ganaderas ecológicas registradas en el año 2020 fueron 1.017 y además, esta región fue la única que contó con representación de todas

las cabañas, conejos y caracoles incluidos. Del número total de explotaciones, 527 eran de vacuno de carne; 106 de ovino de carne y 114 de equino.

En 2020, las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales eran 1.167, a las que había que añadir otras 267 relacionadas con las producciones animales. Entre las primeras sobresalían las de elaboración de bebidas (316, principalmente bodegas), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (271) y las de elaboración de otros productos alimenticios de origen vegetal (268). Entre las segundas (ganaderas) había 150 dedicadas a la elaboración y conservación de productos cárnicos; 75 elaboradoras de otros productos de origen animal y 37 industrias del sector lácteo. La producción de carne ecológica sumó 1.344,7 toneladas, la mayor parte de vacuno. Igualmente, hubo una importante producción de leche de vaca, así como también de huevos ecológicos y miel.

## COMUNIDAD VALENCIANA



En la Comunidad Valenciana estaban registradas al acabar 2020 un total de 146.757 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 83,3% estaban calificadas, el 15,7% en conversión y el restante 1,3% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos por extensión eran los viñedos (13.672 hectáreas en 2020), los frutos secos, sobre todo almendras (11.425 hectáreas), el olivar (5.589 hectáreas) y los cereales (3.818 hectáreas). Había ese año 2.754 productores agrícolas ecológicos, 15 ganaderos y 15 mixtos, además de 3 entidades de acuicultura ecológica, 542 elaboradores, 89 importadores, 38 exportadores y 405 comercializadores.

También estaban registradas en activo 29 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 6 eran de vacuno de carne, 6 de producción de huevos, 6 de apicultura, 3 de ovino de carne y 5 de caprino de carne.

También estaban registradas en activo 29 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 6 eran de vacuno de carne, 6 de producción de huevos, 6 de apicultura, 3 de ovino de carne y 5 de caprino de carne.

Asimismo, registraron actividad 1.834 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales y 96 a producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas fueron las de “otros productos alimenticios” (759), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (687), las de elaboración

de bebidas (185, bodegas principalmente), las de aceite (106) y las de panificación (75). Dentro del segundo grupo (ganadero) estaban 56 industrias dedicadas a la elaboración y conservación de productos cárnicos; 34 a otros productos alimenticios de origen animal y 5 lácteas. En 2020 se produjeron 46 toneladas de carne ecológica y también huevos y miel ecológica. Asimismo, la producción acuícola ecológica fue de 333 toneladas (lubinas y doradas mayoritariamente).

## EXTREMADURA



En Extremadura había en 2020 algo más de 105.238 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 76,7% estaban calificadas, el 16,5% en conversión y el restante 7,2% en su primer año de prácticas. Dentro de los cultivos destacaron el olivar (29.131 hectáreas en 2020), los cereales (4.479 hectáreas), los viñedos (1.793 hectáreas),

los frutos secos (1.691 hectáreas), los frutales (1.162 hectáreas) y las frutas subtropicales (1.120 hectáreas). Además, la región contaba con 55.870 hectáreas ecológicas de dehesas y pastos permanentes.

En ese año había inscritos 2.716 productores agrícolas ecológicos, 78 ganaderos y 138 mixtos. Se encuentran también en actividad 178 elaboradores, un exportador y 82 comercializadores.

En los registros estaban inscritas 294 explotaciones ganaderas ecológicas entre las que destacaban 131 de vacuno de carne, 93 de ovino de carne, 22 de équidos, 18 de caprino de carne y 11 de porcino.

Las industrias ecológicas extremeñas vinculadas a las producciones vegetales fueron 185 en ese año y las relacionadas con las producciones animales, 32. Entre las primeras había las dedicadas a la manipulación de frutas y hortalizas (85), las de elaboración de aceites (54), las de otras producciones (16) y las dedicadas a la elaboración de bebidas (16). Entre las segundas (ganaderas) había 10 de elaboración y conservación de carne y productos cárnicos; 15 de elaboración de otros productos de origen animal y 7 lácteas. En 2020, la producción de carne ecológica fue de 3.528,7 toneladas, la mayor parte de vacuno. Asimismo, hubo una producción pequeña de leche de cara, así como también de huevos y miel.

## GALICIA



En Galicia estaban registradas en 2020 algo menos de 32.056 hectáreas en agricultura ecológica, de las que 29.161 eran ya tierras calificadas; 1.839 en conversión y 1.054 en su primer año de prácticas. Los prados y pastos ecológicos sumaron 23.473 hectáreas. Las plantas cosechadas en verde para la alimentación animal

es el principal cultivo arable y en 2020 ocupó 1.426 hectáreas. Por su lado, entre los cultivos permanentes destacaron los frutos secos (2.342 hectáreas).

Ese año se encontraban activos 356 productores agrícolas ecológicos, 323 ganaderos y 67 mixtos. Además, había 156 entidades de producción acuícola, 233 elaboradores, 16 importadores, 3 exportadores y 74 comercializadores en total.

Las explotaciones ganaderas ecológicas son 444, entre las que destacan 158 de vacuno de carne, 122 de vacuno de leche, 37 de apicultura, 32 de ovino de carne, 36 de aves de carne y 27 de huevos.

En el año 2020, estaban activas 181 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales, entre las que sobresalen 67 de manipulación y conserva de frutas y hortalizas, 37 de bebidas (vinos y licores), 32 de otros productos alimenticios y 33 de panadería. Hay además 124 industrias ecológicas vinculadas a producciones animales. Las más numerosas eran las de pescados, crustáceos y moluscos (39), las de elaboración de productos cárnicos (38) y las lácteas (19). Las producciones acuícolas ecológicas son muy importantes (3.105 toneladas de mejillones y 479 toneladas de plantas acuáticas en el año 2020). Ese año también se produjeron 3.528,6 toneladas de carne ecológica (principalmente de aves y porcino), leche (25.829 toneladas de leche cruda de vaca y 23.519 de consumo directo), quesos, nata, mantequilla, yogur, miel y huevos.

## LA RIOJA

La superficie riojana de agricultura ecológica llegaba en 2020 a las 4.448,7 hectáreas, de las que 3.525 estaban calificadas; 597 en conversión y 415 en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos son los

viñedos (1.291 hectáreas en 2020), los frutos secos (904 hectáreas) y el olivar (736 hectáreas). Ese año se encontraban registrados 314 productores agrícolas ecológicos, 6 ganaderos y 1 mixto, a los que había que añadir 1 entidad de producción acuícola, 114 elaboradores, 6 importadores y 28 comercializadores. Había también seis explotaciones ganaderas ecológicas, de las que cuatro eran de apicultura (750 colmenas), dos de huevos (1.940 gallinas) y una de porcino (1.120 cabezas).



En La Rioja estaban inscritas 125 industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales y otras 24 con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas fueron las de elaboración de bebidas (65, principalmente bodegas), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas (34) y las de elaboración de aceites (11). Dentro de las industrias "ganaderas" había en 2020 un total de 14 dedicadas a la elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos y 9 a la elaboración de otros productos de origen animal. Existía también una pequeña producción acuícola ecológica (produjeron 310 toneladas de truchas arco iris). Asimismo, la producción de carne ecológica sumó 150 toneladas ese año, todas ellas de porcino. Además, La Rioja destacó por su producción de huevos ecológicos y de miel.

## COMUNIDAD DE MADRID



La superficie madrileña en agricultura ecológica llegaba en 2020 a 12.065 hectáreas, de las que el 92% se encontraban totalmente calificadas y en resto en proceso de conversión. Los principales cultivos ecológicos en Madrid son el olivar (3.716 hectáreas censadas en 2020), los cereales (686 hectáreas), los viñedos (610 hectáreas) y las legumbres secas (128 hectáreas).

Los productores ecológicos agrícolas eran en esas fechas 260, a los que había que añadir 18 ganade-

ros y un productor mixto. Además también estaban registrados 126 elaboradores, 31 importadores y 14 comercializadores. Al acabar 2020 se encontraban registradas 20 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 10 eran de vacuno de carne, 6 de apicultura, una de vacuno de leche, una de ovino de carne y una de caprino de leche.

Las industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales eran 174, mientras que otras 28 estaban vinculadas a las producciones animales. Entre las primeras destacaron 59 dedicadas a la elaboración de otros productos de origen vegetal, 52 de panadería y farináceos, 41 de manipulación y conservación de frutas y hortalizas, 8 de bebidas (bodegas en su mayoría) y 10 de elaboración de aceites. Dentro de las industrias ganaderas, en 2020 había 15 dedicadas a la elaboración de carne; 10 a otros productos; 2 al sector lácteo y una a la elaboración de conservas de pescado y moluscos. En el año 2020 se produjeron en Madrid 52,3 toneladas de carne ecológica de vacuno, además de leche de vaca (3.034 toneladas), leche de cabra (788 toneladas), quesos, yogur y miel, entre otras producciones.

## REGIÓN DE MURCIA



En la Región de Murcia había al acabar 2020 cerca de 89.075 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 90,5% estaban ya calificadas; el 5,2% en conversión y el restante 4,3% en su primer año de prácticas. Los principales cultivos ecológicos en esta comunidad son los frutos secos (33.762 hectáreas en 2020),

los cereales (13.354 hectáreas), los viñedos (11.367 hectáreas), el olivar (4.583 hectáreas), las hortalizas frescas (4.500 hectáreas) y los cítricos (3.943 hectáreas).

Ese año había 3.348 productores agrícolas ecológicos, 6 ganaderos y 5 mixtos. A éstos se sumaron 352 elaboradores, 9 importadores y 101 comercializadores. Había sólo 11 explotaciones ganaderas ecológicas registradas en 2020: 4 de caprino de leche; 4 de apicultura; una de producción de huevos; una de vacuno de carne y una más de porcino.

En 2020, las industrias ecológicas murcianas relacionadas con las producciones vegetales eran 474,

mientras que otras 28 estaban vinculadas con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas son las de manipulación de frutas y hortalizas (294), las de elaboración de otros productos alimenticios (891), las de elaboración de bebidas (45, principalmente bodegas) y las de aceites (23). Dentro de las industrias ganaderas, las más abundantes eran ese año las dedicadas a la elaboración de productos cárnicos (15); las de elaboración de otros productos alimenticios (10) y las lácteas (2). En el año 2020 se produjeron 920 toneladas de leche de cabra, 250 toneladas de leche para consumo directo, quesos, yogures y huevos ecológicos.

## NAVARRA



La superficie navarra en agricultura ecológica era en 2020 muy cercana a las 60.471 hectáreas, de las que el 93,3% estaban ya calificadas; el 3,1% se encontraba en conversión y el restante 3,6% en su primer año de prácticas. Por cultivos, destacan los cereales (4.140 hectáreas en 2020), las plantas cosechadas en verde para la alimentación animal (2.378 hectáreas), los viñedos

(1.361 hectáreas), el olivar (813 hectáreas) y las hortalizas frescas (564 hectáreas).

Ese año había 466 productores agrícolas ecológicos, 5 ganaderos y 62 mixtos, 1 entidad de producción acuícola, 179 elaboradores, 9 importadores y 39 comercializadores.

Las explotaciones ganaderas ecológicas al acabar 2020 llegaron a 103, entre las que había 37 de équidos (1.404 cabezas), 17 de ovino de carne (2.089 cabezas), 16 de vacuno de carne (1.460 cabezas), 10 de huevos (28.040 gallinas), 7 de ovino de leche (1.839 cabezas) y 6 de caprino de carne (619 cabezas).

Las industrias ecológicas navarras relacionadas con producciones vegetales eran 142, mientras que otras 37 se vinculaban con producciones animales. Entre las primeras había 55 dedicadas a la manipulación y conservación de frutas y hortalizas; 36 a la elaboración de bebidas (bodegas en su mayoría) y 19 a la panadería. En el grupo de industrias ganaderas estaban las de elaboración de productos cárnicos (17); las de

otros productos de origen animal (10) y las de productos lácteos (8). También había una pequeña producción acuícola (13 toneladas de esturión). En 2020, la producción de carne ecológica navarra ascendió a 210 toneladas (vacuno, pollo y equino principalmente). Igualmente, se produjeron leche de oveja, quesos, yogur, huevos y miel.

## PAÍS VASCO



En el País Vasco estaban registradas en 2020 un total de 6.790 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 67,3% estaba calificada, el 18,6% en conversión y el restante 14,1% en su primer año de prácticas. La superficie destinada a pastos ocupó ese año 4.034 hectáreas, pero los principales cultivos ecológicos vascos son los

viñedos (984 hectáreas en 2020), las plantas para alimentación animal (467 hectáreas), los cereales (367 hectáreas), los frutales (345 hectáreas) y las hortalizas (232 hectáreas). Se encontraban en actividad al acabar el año 393 productores agrícolas ecológicos, 41 ganaderos y 76 mixtos. Además, había 202 elaboradores, 13 importadores y 46 comercializadores de alimentos ecológicos.

Las explotaciones ganaderas ecológicas eran 140, entre las que destacaban 48 de vacuno de carne (2.071 cabezas), 25 de ovino de carne (1.500 cabezas), 18 de producción de huevos (29.358 gallinas), 15 de équidos (401 cabezas), 9 de vacuno de leche (297 cabezas) y 10 de ovino de leche (1.882 cabezas).

Las industrias ecológicas del País Vasco relacionadas con las producciones vegetales ascendían en 2020 a 176, mientras que otras 49 están vinculadas con las producciones animales. Entre las primeras había 68 dedicadas a la elaboración de bebidas (bodegas en su mayor parte), 44 a la manipulación de frutas y hortalizas y 43 a la panadería. Dentro de las segundas (empresas ganaderas) destacaron las lácteas (18), las de carnes y productos cárnicos (13) y las de elaboración de productos pesqueros (10). En 2020, la producción de carne ecológica sumó hasta 335,6 toneladas, la mayor parte de vacuno. Asimismo, se produjeron huevos ecológicos, miel, quesos y leche. ■



**INFORMACIÓN POR  
COMUNIDADES AUTÓNOMAS  
ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2022**  
mercasa

# ANDALUCÍA

## AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Agraria Final (PFA) de Andalucía en 2021 alcanzó un valor de 14.482 millones de euros, según los datos de la Junta de Andalucía, un 12% más que el año anterior. A ese valor contribuyeron la Producción Final Vegetal (PFV) con 12.032 millones de euros (un 14,6% más) y la Producción Final Animal con 2.115 millones de euros, casi un 3,7% más, todo ello en valores corrientes a precios básicos.

Asimismo, el valor de la Producción de Servicios experimentó en 2021 un incremento (su valor fue 145,3 millones de euros) y el valor de las Actividades Secundarias, aumentó un 6,3%, hasta los 189,16 millones de euros. Por su parte, el valor de los Consumos Intermedios aumentó un 13%.

Con estos datos, el valor de la Renta Agraria andaluza en 2021 creció un 10,7% respecto del año anterior, hasta llegar a los 10.417,9 millones de euros,

Dentro de la producción vegetal, el sector que más aporta y con mucha diferencia, es el aceite de oliva. Para la renta de 2021 se utilizan los datos de la campaña 2020/2021 y por eso se consiguió un incremento del valor generado del 77,8% hasta los 2.175,7 millones de euros.

Andalucía lidera la producción de aceite a nivel mundial y en la campaña 2020/2021 incrementó notablemente su producción hasta superar los 1,11 millones de toneladas. Al valor generado por el aceite de oliva habría que sumar el que aportan las aceitunas de mesa y almazara, que en 2021 también aumentó.

A efectos de calcular la renta agraria también se disparó en 2021 el valor generado por el sector del vino (16,2% más, hasta los 33 millones de euros). La producción regional de vino, que en buena medida está amparada por marcas de calidad diferenciada, superó los 744.300 hectolitros.

También creció el valor generado por los subsectores de la patata (14%, hasta los 101 millones); las sector de las hortalizas (5,7% hasta los 3,756 millones de euros), las frutas en su conjunto (4,9%, hasta 3.974 millones); las flores y plantas ornamentales (68,1% hasta los 239,6 millones de euros); las plantas industriales (14% hasta los 346 millones) y el los cereales (6,7% hasta los 511 millones).

Entre los subsectores que tuvieron resultados inferiores a los del año precedente destacaron los cítricos, el tabaco y las plantas forrajeras.

Por su parte, el valor generado por el subsector ganado llegó a 2.115 millones de euros, un 3,7% más que en 2020.

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 los pollos (contaba con el 26% del censo en 2020) y las cabras, 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 112.490 millones de euros, un 10% más que en el año anterior. Las exportaciones agroalimentarias de Andalucía representaron el 21,1%.

Con respecto a los ocupados, al acabar 2021 había registrados en el sector agrario un total de 295.600 personas, según la Encuesta de Población Activa (EPA).

## PESCA EN ANDALUCÍA

La flota pesquera en Andalucía en 2021 estaba compuesta por 1.423 embarcaciones, el 16,3% del total nacional, con un arqueo de 28.697 GT (8,78% del total español), una potencia de 100.082 KW (13% del total). La antigüedad media de todos estos buques era de 30 años y la eslora promedio de 11,96 metros. En Andalucía hay 38 puertos pesqueros y 25 lonjas. En 2021 había también 16 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional.

La producción pesquera comercializada en las lonjas andaluzas en 2021 llegó hasta cerca de 59.749 toneladas por un valor de 153,5 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 alcanzaron las 8.800 toneladas (lubinas y doradas principalmente) En concreto, la producción de lubina fue la mayor de España. Por otro lado, según datos del INE, al inicio de 2021 había un total de 78 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos. ■

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2020	2021
ACEITE DE OLIVA	1.110,4	1.125,3
ACEITUNA DE MESA	459,2	502,3
TRITICALE	170	170
AGUACATE	78,9	81
AJOS	68,3	66
ALMENDRAS CÁSCARA	161,5	82,8
ARROZ CÁSCARA	305,40	186,98
BERENJENAS	245,8	231,2
BRÓCOLI	72	55,8
CALABACÍN	522,9	561,3
CEBADA	391,7	259,6
CEBOLLAS	183,4	213,9
CIRUELAS	19,7	19,3
COLIFLOR	61,4	43,5
ESPÁRRAGO	45	45
FRESAS-FRESONES	262,2	323,8
FRAMBUESA	49,1	48,3
GARBANZOS	30,16	22,93
GIRASOL	337,28	270,62
JUDÍAS VERDES	31,7	27
LECHUGAS	308,6	307,1
LIMONES	118,3	111,2
MAÍZ	110,6	93,87
MANDARINAS-CLEMENTINAS	524	557,1
MELOCOTONES	34,3	34,6
MELONES	185	189,7
NARANJAS	1.715,00	1.734,6
NECTARINA	33,9	31
PATATAS	307,8	315
PEPINOS	704,3	670
PIMIENTOS	1048	1104,2
POMELO	30,6	30,8
REMOLACHA AZUCARERA	576,1	600
SANDÍAS	718,8	794,5
TOMATES	1.738	1.763
TRIGO	1.027	877
UVAS DE MESA	7,8	7,5
VINOS (miles de hl.)	774,3	820
ZANAHORIAS	150,2	154,6
CARNE DE PORCINO	304,3	310,9
CARNE DE VACUNO	27,3	27,5
CARNE DE OVINO	6,9	7,7
CARNE DE CAPRINO	3,9	3,84
CARNE DE AVES	437,3	406
LECHE DE CABRA	212,3	218
LECHE DE OVEJA	5,5	5,3
LECHE DE VACA	580,6	574,7
HUEVOS (Millones de docenas)	53,5	53,4

FUENTE: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

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	17.432	13,7
Industria cárnica	2.213	7,7
Industria de Pescado	542	8,5
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	1.740	15,7
Aceites y Grasas	6.240	61,4
Productos Lácteos	608	6,3
Molinería y almidones	741	19,1
Panadería y pastas alimenticias	1.014	11,1
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	125	3,6
Café, Té e infusiones	76	3
Especias, salsas y condimentos	197	15,1
Platos y comidas preparadas	68	2,6
Preparados alimenticios homogeneizados	20	1,9
Otros productos alimenticios	146	5,9
Productos alimentación animal	900	5,8
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	389	28,9
Vinos	433	5,8
Sidra y otras bebidas fermentadas	0	0
Cerveza y malta	908	23,6
Bebidas no alcohólicas	970	17

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

ANDALUCÍA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	539	15,2
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	78	12,8
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	347	23,9
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	774	45,8
Fabricación de productos lácteos	197	11,6
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	52	13,4
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	2.537	21,7
Fabricación de otros productos alimenticios	555	16,9
Fabricación de productos para alimentación animal	84	11
Fabricación de bebidas	441	8,6
TOTAL	5.604	18,5

FUENTE: INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Andalucía es la primera comunidad autónoma en cuanto a población –8.472.407 habitantes, un 17,9% sobre el total nacional– y la segunda en superficie, con 87.591 km<sup>2</sup>, un 17,4% del total nacional. Sevilla, Málaga y Cádiz superan el millón de habitantes. En función del gasto medio por persona, los consumidores andaluces cuentan con un poder de compra inferior en cerca de un 11% a la media nacional.

En Andalucía hay 106.240 locales comerciales minoristas y, de forma concreta, 21.352 especializados en la

venta de alimentación y bebida. Destaca Sevilla que tiene el 22,3% de estos locales; Málaga, el 20,1% y Cádiz, el 14,2%. En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 4.640 supermercados y 75 hipermercados. Estos 4.715 establecimientos ocupan 2.640.248 m<sup>2</sup> y suponen una densidad comercial de 311,6 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. Andalucía cuenta con 8.928 actividades para comercio en puestos y mercadillos, un 21,7 % sobre el total nacional, lo que convierte a esta comunidad autónoma en la primera de España en cuanto a venta ambulante.

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ANDALUCÍA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ANDALUCÍA	106.240	21.352	2.789	984	867	75	8.928
ANDALUCÍA/ESPAÑA (%)	19,6	20,3	21,1	17,2	18,8	14,8	21,7

## CONSUMO ALIMENTARIO

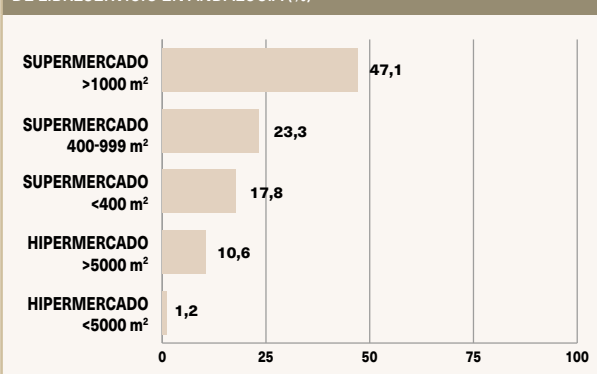
Durante el año 2021, Andalucía registró un gasto per cápita en alimentación de 1.399,1 euros (un -13,1% inferior a la media nacional). Carne (18,9%), pescado (13,3%), frutas frescas (8,9%), derivados lácteos (8,3%), hortalizas frescas (6,5%), pan (4,9%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,7%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Andalucía cuentan con un gasto superior en cervezas (6,2%), mientras que, por el contrario, gastan menos en otras partidas como, por ejemplo, vino (-17,4%), frutas frescas (-20,5%), carne (-17,6%) o bollería, pastelería, galletas y cereales (-20,4%).

En términos medios, durante el año 2021 cada persona en Andalucía consumió 126 huevos, 43,2 kilos de carne, 21,3 kilos de pescado, 59,7 litros de leche, 35,5 kilos de derivados lácteos, 30,8 kilos de pan, 11,0 litros de aceite, 26,5 litros de cerveza, 50,2 kilos de hortalizas frescas, 77,4 kilos de frutas frescas, 16,5 kilos de platos preparados, 62,2 litros de agua embotellada y 46,2 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 (17,9%), pan (2,5%) y derivados lácteos (0,9%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor

### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ANDALUCÍA (%)

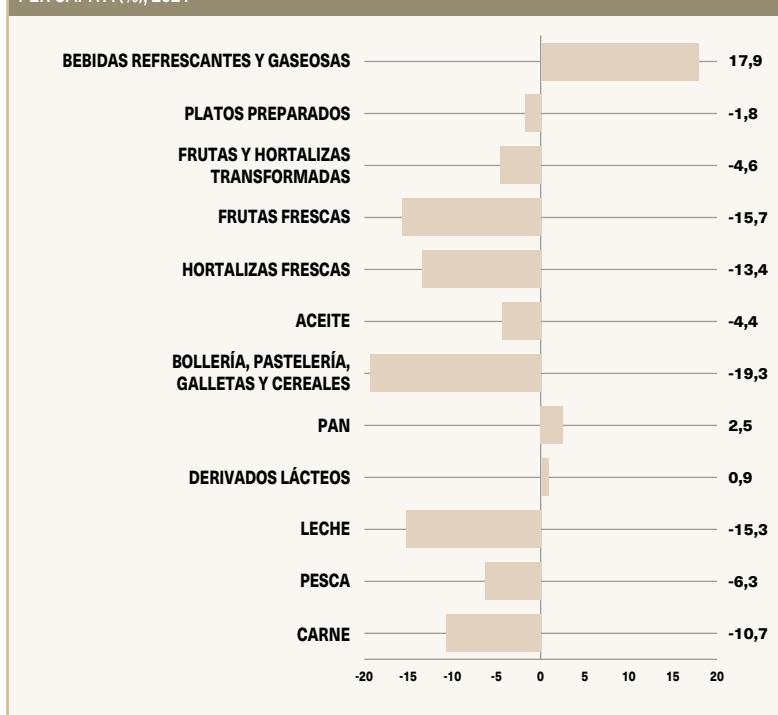




## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ANDALUCÍA (HOGARES), 2021

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	18,9	1,4	-11,3
CARNE	264,4	18,9	-17,6
PESCA	186,3	13,3	-11,8
LECHE	40,4	2,9	-17,5
DERIVADOS LÁCTEOS	116,5	8,3	-9,6
PAN	68,8	4,9	-3,2
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	52,2	3,7	-20,4
CHOCOLATES Y CACAOS	24,5	1,8	-12,6
ACEITE	28,6	2,0	-7,8
VINO	21,2	1,5	-17,4
CERVEZAS	32,2	2,3	6,2
ZUMO Y NÉCTAR	7,9	0,6	-5,0
PATATAS	26,8	1,9	-5,4
HORTALIZAS FRESCAS	91,2	6,5	-18,9
FRUTAS FRESCAS	124,6	8,9	-20,5
FRUTOS SECOS	22,3	1,6	-18,1
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,5	1,8	-12,4
PLATOS PREPARADOS	71,2	5,1	-4,6
CAFÉS E INFUSIONES	25,7	1,8	-15,9
AGUA MINERAL	11,7	0,8	-4,9
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	40,1	2,9	8,9
OTROS PRODUCTOS	98,1	7,0	-11,6
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.399,1	100,0	-13,1

## DESVIACIÓN DE ANDALUCÍA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



en bollería, pastelería, galletas y cereales (-19,3%), leche (-15,3%), frutas frescas (-15,7%), hortalizas frescas (-13,4%) y carne (-10,7%), entre otras partidas.



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ANDALUCÍA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
7 litros de gaseosa y bebidas refrescantes	14 huevos
5 litros de cerveza	14 kilos de frutas frescas
1 litro de batidos de leche	11 litros de leche
1 kilo de pan	8 kilos de hortalizas frescas
	5 kilos de carne
	3 litros de agua mineral
	3 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales
	1 kilos de pescado
	1 kilo de pastas alimenticias

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En hostelería y restauración, Andalucía cuenta con 49.569 locales para actividades de restauración y bares que suponen el porcentaje más elevado en el conjunto del país –un 18,1%–; en su distribución destacan Málaga (25,1% del total regional), Sevilla (20,9%)

y Cádiz (14,5%). Igualmente, en cuanto a número de establecimientos, Andalucía ocupa los primeros puestos a nivel nacional en restaurantes, bares, comedores colectivos y plazas hoteleras. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ANDALUCÍA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ANDALUCÍA	49.569	11.794	33.515	4.260	181.598
ANDALUCÍA/ESPAÑA (%)	18,1	14,7	19,1	22,4	17,1

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ANDALUCÍA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN

## VINOS

CONDADO DE HUELVA °  
 JEREZ-XERÈS-SHERRY °  
 MÁLAGA °  
 MANZANILLA SANLÚCAR DE BARRAMEDA °  
 MONTILLA-MORILES °  
 SIERRAS DE MÁLAGA °  
 VINO NARANJA DEL CONDADO DE HUELVA °

## ACEITUNAS DE MESA

ACEITUNA ALOREÑA DE MÁLAGA °

## VINOS DE LA TIERRA

ALTIPLANO DE SIERRA NEVADA °  
 BAILÉN °  
 CÁDIZ °  
 CÓRDOBA °  
 CUMBRES DE GUADALFEO °  
 DESIERTO DE ALMERÍA °  
 LADERAS DE GENIL °  
 LAUJAR-ALPUJARRA  
 LOS PALACIOS °  
 NORTE DE ALMERÍA °  
 RIBERA DEL ANDARAX °  
 SIERRAS DE LAS ESTANCIAS  
 Y LOS FILABRES °  
 SIERRA NORTE DE SEVILLA °  
 SIERRA SUR DE JAÉN °  
 TORREPEROGIL °  
 VILLAVICIOSA DE CÓRDOBA °  
 VINOS DE CALIDAD  
 GRANADA °  
 LEBRIJA °

DENOMINACIONES DE ORIGEN  
PROTEGIDAS

## ACEITES

ANTEQUERA °  
 BAENA °  
 ESTEPA °  
 LUCENA \*\*\*\*  
 MONTES DE GRANADA °  
 MONTORO-ADAMUZ °  
 PONIENTE DE GRANADA °  
 PRIEGO DE CÓRDOBA °  
 SIERRA DE CÁDIZ °  
 SIERRA DE CAZORLA °  
 SIERRA DE SEGURA °  
 SIERRA MÁGINA °

## CARNES

CARNE DE ÁVILA \*\*/°  
 CORDERO SEGUREÑO \*\*/°

## VINAGRES

VINAGRE CONDADO DE HUELVA °  
 VINAGRE DE JEREZ °  
 VINAGRE MONTILLA-MORILES \*\*\*\*

## JAMONES

JABUGO \*\*/°  
 JAMÓN DE SERÓN  
 LOS PEDROCHES °  
 GUIJUELO \*\*/°

## FRUTAS

CHIRIMOYA DE LA COSTA °  
 TROPICAL DE GRANADA-MÁLAGA °

## FRUTOS SECOS

PASAS DE MÁLAGA \*\*\*\*

## MIEL

MIEL DE GRANADA °

INDICACIONES GEOGRÁFICAS  
PROTEGIDAS

GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES  
 ALFAJOR DE MEDINA SIDONIA °  
 MANTECADOS DE ESTEPA °  
 HARINAS  
 PAN DE ALFACAR \*  
 HORTALIZAS  
 ESPÁRRAGO DE HUÉTOR TÁJAR °  
 TOMATE LA CAÑADA °  
 JAMONES  
 JAMÓN DE TREVÉLEZ °  
 JAMÓN DE SERÓN \*  
 LEGUMBRES  
 GARBANZO DE ESCACENA \*  
 PRODUCTOS PESQUEROS  
 CABALLA DE ANDALUCÍA °  
 MELVA DE ANDALUCÍA °

INDICACIONES GEOGRÁFICAS  
CON DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

BEBIDAS ESPIRITUOSAS  
 BRANDY DE JEREZ  
 ANÍS DE CAZALLA  
 ANÍS DE RUTE  
 ANÍS DE OJÉN  
 RON DE MÁLAGA  
 RON DE GRANADA

ESPECIALIDADES TRADICIONALES  
GARANTIZADAS

TORTAS DE ACEITE DE CASTILLEJA DE LA CUESTA \*  
 PANELLETS  
 LECHE CERTIFICADA DE GRANJA  
 JAMÓN SERRANO \*\*

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

ALIMENTOS ECOLÓGICOS DE ANDALUCÍA

\* Denominación en tramitación / \*\* Denominación compartida con otras CC.AA. / \*\*\*\* Protección Nacional Transitoria / ° Inscrita en el Registro de la UE

# ARAGÓN



## AGRICULTURA Y GANADERÍA

**E**l valor estimado de la Producción Final Agraria (PFA) de Aragón en 2021 fue de 5.053 millones de euros, un 10,31% más que en el año anterior. De esa cantidad, 3.004 millones de euros correspondieron a la Producción Final Ganadera (PFG), cuyo valor se incrementó casi un 3%, según los datos del gobierno de Aragón. Asimismo, la Producción Final Vegetal (PFV) alcanzó un valor de casi 1.908 millones de euros, un 24,8% más, y la prestación de servicios y trabajos sumó 140 millones de euros más a la PFA.

Con estas cifras, descontadas los gastos, amortizaciones e impuestos, la renta agraria regional quedó en 2.096 millones de euros, expresados en valores corrientes.

El 65,6% de la PFA de la región procedió del sector ganadero, en el que destacan el porcino (en 2021 aportó más del 67% 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 fue la región con mayor cabaña de porcino de España (el 32% del total en 2021) y produjo (peso de los animales sacrificados en mataderos) más de un millón de toneladas (un 13% más que en 2020). También aumentó su producción de carne de vacuno (un 10%, hasta 39.700 toneladas) y de ovino, al tiempo que mantuvo su producción de carne de aves y redujo la

de carne de conejo. La región contaba también con el 12% del censo de ovino en 2020; 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 fue de 177.4600 toneladas, un 5% más que en el año anterior. 2021 también aumentó un 4% la producción de leche de oveja,

En cuanto a la agricultura, en 2021 el trigo y el triticale tuvieron un buen comportamiento, pero no así la cebada o el maíz (la cosecha descendió un 2%). Asimismo, el arroz tuvo también malos resultados en dicha campaña.

En el grupo de las frutas hubo cosechas muy irregulares, con aumentos y descensos tanto en pepita como en hueso. Aragón está entre las tres primeras regiones en producción de fruta. En 2021 produjo el 14,4% de toda la pera; el 14,7% de la manzana; el 14,3% del albaricoque y el 24,6% del melocotón; el 30,6% de la cereza y el 25% de la nectarina, siendo la segunda región de España por producción.

La vendimia también se saldó con malos resultados. En total se produjeron 1,05 millones de hectolitros de vino, un 16% menos. De esta producción, prácticamente el 85% está amparada por las denominaciones de origen y otras marcas de calidad que tiene la región.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2020	2021
ACEITE DE OLIVA	12,4	19,1
ALFALFA	3.466	3.315
ALBARICOQUES	20,4	15,4
ALMENDRAS CÁSCARA	74,7	71,5
ARROZ CÁSCARA	24,3	22,1
AVENA	61,8	57,8
TRITICALE	89	171
CEBADA	1.773,8	1.532,6
CEBOLLAS	75,3	73
CEREZAS	29,4	34,6
GIRASOL	20	15,1
GUISANTES VERDES	44,4	56
MAÍZ	1.048,8	1.026,4
MANZANAS MESA	70,8	72,4
MELOCOTONES	228,2	174,4
NECTARINA	156,4	110,8
PATATAS	14,4	12,7
PERAS	47,4	44,4
TOMATES	31,3	8,6
TRIGO	783,3	1.040,4
VINOS (miles de hl.)	1.252,4	1.053,9
CARNE DE CONEJO	1,66	1,6
CARNE DE PORCINO	917,5	1.023,6
CARNE DE OVINO	12,5	12,7
CARNE DE VACUNO	36,2	39,7
CARNE DE AVES	1,6	1,7
CARNE DE EQUINO	2,20	2
LECHE DE VACA	169,4	177,6
LECHE DE OVEJA	3,8	3,9
LECHE DE CABRA	0,97	0,98
HUEVOS (Millones de docenas)	172	171,8

Además, la región cuenta con una producción de aceite de oliva que en la campaña 2021/2022 quedó en torno a las 19.100 toneladas, un 54% más.

Respecto al comercio exterior agroalimentario, en 2021 se batió un nuevo récord de ventas de la industria regional, con una facturación que superó los 2.817 millones de euros, un 6,7% más que en el año anterior. Las ventas exteriores de Aragón representaron el 4,8% del comercio agroalimentario nacional.

En cuanto al empleo, el año terminó con una media de 32.100 ocupados dentro de la rama de actividad agraria, según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA). ■

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	6.016	4,7
Industria cárnica	2.492	8,7
Industria de Pescado	242	3,8
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	203	1,8
Aceites y Grasas	38	0,4
Productos Lácteos	58	0,6
Molinería y almidones	411	10,6
Panadería y pastas alimenticias	376	4,1
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	52	1,5
Café, Té e infusiones	14	0,5
Especias, salsas y condimentos	S/D	S/D
Platos y comidas preparadas	22	0,9
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos alimenticios	89	3,6
Productos alimentación animal	1.561	10,1
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	4	0,3
Vinos	245	3,3
Sidra y otras bebidas fermentadas	0	0
Cerveza y malta	94	2,4
Bebidas no alcohólicas	50	0,9

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

ARAGÓN. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	144	4,1
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	7	1,1
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	62	4,3
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	79	4,7
Fabricación de productos lácteos	47	2,8
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	20	5,1
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	376	3,2
Fabricación de otros productos alimenticios	81	2,5
Fabricación de productos para alimentación animal	70	9,2
Fabricación de bebidas	157	3
TOTAL	1.043	3,4

FUENTE: INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Aragón cuenta con 1.326.261 habitantes y 47.703 km<sup>2</sup> 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 2% superior a la media nacional.

En esta comunidad autónoma hay 2.899 establecimientos comerciales minoristas especializados en

alimentación. Zaragoza tiene un 68,5% de los locales; Huesca, un 19,0%; y Teruel, un 12,5%. En el conjunto de la comunidad hay instalados 18 hipermercados – un 3,6% del total nacional– mientras que los supermercados suman 730, un 3,1% sobre el total nacional. Los establecimientos de libreservicio ocupan 391.536 m<sup>2</sup> y la densidad comercial alcanza los 295,0 m<sup>2</sup> 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 <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ARAGÓN	13.611	2.899	460	174	96	18	605
ARAGÓN/ESPAÑA (%)	2,5	2,8	3,5	3,0	2,1	3,6	1,5

## CONSUMO ALIMENTARIO

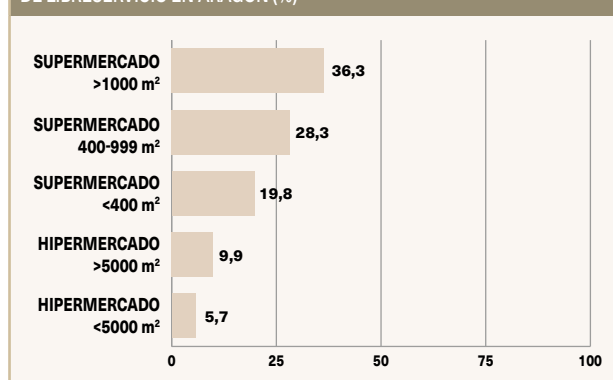
Durante el año 2021, Aragón registró un gasto per cápita en alimentación de 1.719,1 euros (un 6,8% superior a la media nacional). Carne (21,3%), pescado (13,0%), frutas frescas (9,9%), hortalizas frescas (8,6%), derivados lácteos (7,0%), platos preparados (4,6%), pan (3,8%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,8%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Aragón cuentan con un gasto superior en hortalizas frescas (32,3%), carne (14,0%), huevos (10,2%) y chocolates y cacao (12,6%), mientras que, por el contrario, gastan menos en zumo y néctar (-9,0%), derivados lácteos (-6,1%), cervezas (-11,0%), patatas (-4,8%), y vino (-6,8%).

En términos medios, durante el año 2021 cada persona en Aragón consumió 161 huevos, 50,5 kilos de carne, 24,4 kilos de pescado, 71,0 litros de leche, 32,8 kilos de derivados lácteos, 26,8 kilos de pan, 11,9 litros de aceite, 18,8 litros de cerveza, 76,3 kilos de hortalizas frescas, 100,7 kilos de frutas frescas, 18,0 kilos de platos preparados, 59,7 litros de agua embotellada y 31,9 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 (31,7%), carne (12,9%), pesca (7,2%) y frutas frescas (9,7%), mientras que,

### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ARAGÓN (%)

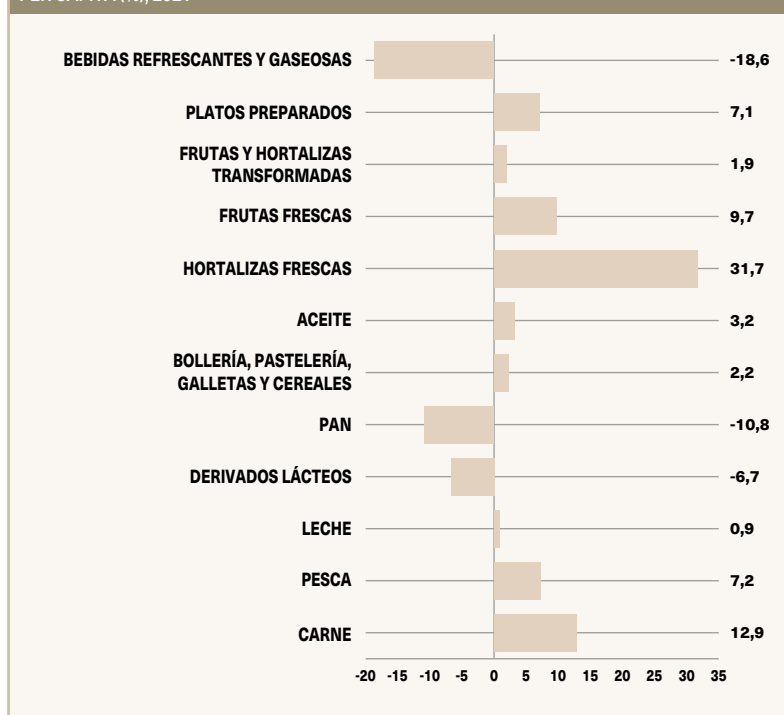


por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-18,6%), pan (-10,8%) y derivados lácteos (-6,7%).

## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ARAGÓN (HOGARES), 2021

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	23,5	1,4	10,2
CARNE	365,5	21,3	14,0
PESCA	223,0	13,0	5,5
LECHE	53,4	3,1	9,0
DERIVADOS LÁCTEOS	120,9	7,0	-6,1
PAN	65,0	3,8	-8,6
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	65,5	3,8	-0,1
CHOCOLATES Y CACAOS	31,6	1,8	12,6
ACEITE	29,7	1,7	-4,4
VINO	23,9	1,4	-6,8
CERVEZAS	27,0	1,6	-11,0
ZUMO Y NÉCTAR	7,5	0,4	-9,0
PATATAS	27,0	1,6	-4,8
HORTALIZAS FRESCAS	148,6	8,6	32,3
FRUTAS FRESCAS	169,6	9,9	8,2
FRUTOS SECOS	28,9	1,7	5,9
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	29,5	1,7	1,2
PLATOS PREPARADOS	78,2	4,6	4,9
CAFÉS E INFUSIONES	33,2	1,9	8,3
AGUA MINERAL	10,0	0,6	-18,6
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	38,7	2,3	5,0
OTROS PRODUCTOS	118,9	6,9	7,1
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.719,1	100,0	6,8

## DESVIACIÓN DE ARAGÓN CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ARAGÓN EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

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	3 kilos de pan
9 kilos de frutas frescas	3 litros de cerveza
2 kilos de carne de pollo	3 litros de leche desnatada
1 kilo de carne de ovino y caprino	2 kilos de derivados lácteos
2 kilos pescado	1 kilos patatas
	1 kilo de harinas y sémolas
	1 litro 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	7.204	1.741	5.131	332	29.718
ARAGÓN/ESPAÑA (%)	2,6	2,2	2,9	1,7	2,8

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).





## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ARAGÓN

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## VINOS

CALATAYUD \*  
CAMPO DE BORJA \*  
CARIÑENA \*  
SOMONTANO \*  
CAVA \*\*/ \*  
AYLÉS \*

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## JAMONES

JAMÓN DE TERUEL/PALETA DE TERUEL \*

## FRUTAS

MELOCOTÓN DE CALANDA \*

## ACEITES

ACEITE DEL BAJO ARAGÓN \*  
ACEITE SIERRA DEL MONCAYO \*

## HORTALIZAS

CEBOLLA FUENTES DE EBRO \*

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

## CARNES

CARNE DE ÁVILA \*\*/ \*  
TERNASCO DE ARAGÓN \*

## HORTALIZAS

ESPÁRRAGO DE NAVARRA \*\*/ \*

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

COMITÉ ARAGONÉS DE AGRICULTURA ECOLÓGICA

## ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO \*\*/ \*

## MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD: (MARCA C'ALIAL)

## EMBUTIDOS

LOMO EMBUCHADO  
LONGANIZA DE ARAGÓN  
MORCILLA DE ARAGÓN  
CHORIZO

## TURRÓN, BOLLERÍA Y DULCES

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

## ACEITUNAS

OLIVAS DE CASPE

## CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS

POLLOS  
CARNE DE VACUNO  
PALETA CURADA  
CECINA  
CONSERVA DE CERDO EN ACEITE  
TERNASCO AHUMADO  
CARNE DE CONEJO

## HUEVOS

HUEVOS

## PASTAS ALIMENTICIAS

PASTAS ALIMENTICIAS

## PRODUCCIÓN INTEGRADA

ALFALFA

## ARROZ

CEREALES DE INVIERNO  
FRUTA DE HUESO  
FRUTA DE PEPITA  
GUISANTE  
PATATA  
TOMATE DE INDUSTRIA

## QUESOS Y PRODUCTOS LÁCTEOS

QUESO FRESCO  
QUESO MADURADO  
YOGUR DE OVEJA

## FRUTAS Y HORTALIZAS

FRUTA EN CONSERVA  
CEBOLLA DULCE DE FUENTES  
FRUTA DE PROTECCIÓN INTEGRADA  
BORRAJA

## CONDIMENTOS

AZAFRÁN DE ARAGÓN

## ARROCES

ARROZ

## ACEITE

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

## MIEL

MIEL

## VINAGRES

VINAGRE DE VINO

## HARINAS

PAN

## VINOS DE LA TIERRA CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

VALLE DEL CINCA \*  
BAJO ARAGÓN \*  
VALDEJALÓN \*  
RIBERA DEL JILOCA \*  
RIBERA DEL GÁLLEGO-CINCO VILLAS \*  
RIBERA DEL QUEILES \*\*/ \*

\* Denominación en tramitación / \*\* Denominación compartida con otras CC AA / \* Inscrita en el Registro de la UE

# ASTURIAS



## AGRICULTURA Y GANADERÍA

**E**n 2021 la Producción Final Ganadera aportó el 74,6% de la Producción Final Agraria en Asturias, con un valor de 416 millones de euros, mientras que la Producción Final Vegetal representó el 23,3%, con 130 millones. El resto de la PFA, cuyo valor total fue de 557 millones de euros, correspondió a otras producciones y servicios.

Añadidas las amortizaciones y restadas las subvenciones, se obtiene un valor añadido neto, que deducido a su vez de la producción de la rama agraria, arroja como resultado un monto de 215 millones de euros, que corresponden a la Renta Agraria regional.

Al igual que en años anteriores, para el sector ganadero el año se saldó de forma más positiva gracias al buen comportamiento de las producciones y a los mejores precios de la leche, un subsector que aporta más de la mitad del valor generado por la PFG.

En concreto, la producción de leche de Asturias se redujo ligeramente hasta las 566.800 toneladas ajustadas a materia grasa, lo que supuso el 8% de la producción nacional total y un 0,7% menos que en el año anterior. 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 17.000 toneladas, pero sin embargo los precios pagados por la carne

fueron mejores. Este subsector aporta casi el 40% de todo el valor de la PFG del Principado.

Por detrás del vacuno se situó la carne de equino, que en 2021 registró una notable caída en el volumen producido (14%). Asimismo, también tiene importancia la producción de carne de porcino y de caprino, pero en mucha menor medida.

Entre las frutas, la pomarada fue mucho mejor que la de 2020 (se produjeron 25.000 toneladas de manzanas para sidra, un 54% más). Igualmente, fue superior la cosecha de manzana de mesa (más del doble que un año antes), pero sin embargo la de kiwi volvió a caer por cuarto año consecutivo (un 20%).

En el grupo de las hortalizas se recogieron peores cosechas que en el año precedente y también fue peor la cosecha de patata. En cuanto a las fabes, famosas en la gastronomía regional, la cosecha fue mucho peor que la del año precedente.

Respecto al comercio exterior, en 2021 las exportaciones agroalimentarias asturianas alcanzaron un valor de 233 millones de euros, un 18% más que el año anterior, cuando las ventas cayeron espectacularmente.

En cuanto a empleo, la Encuesta de Población Activa (EPA) recogía en Asturias 14.400 ocupados en el sector primario a finales de 2021, algo menos que el mismo periodo del año anterior.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2020	2021
ALUBIAS (FABES)	0,5	0,6
COL-REPOLLO	0,13	0,1
CEREZA	0,03	0,03
KIWI	5	4
MAÍZ	1,2	1
MAÍZ FORRAJERO	297,6	300
MANZANA DE MESA	1,3	3
MANZANA DE SIDRA	16,2	25
PATATAS	9,8	8,9
PIMIENTO	0,7	0,8
VINOS (miles de hl.)	0,2	0,2
CARNE DE EQUINO	0,35	0,3
CARNE DE VACUNO	16,8	16,8
CARNE DE CAPRINO	0,03	0,04
CARNE DE PORCINO	4,3	4,43
LECHE DE VACA	570,8	566,8
LECHE DE OVEJA	1,5	1,4
HUEVOS (Millones de docenas)	2,1	2,1

FUENTE: MAPA

## PESCA EN ASTURIAS

La flota pesquera asturiana estaba formada en 2021 por 257 embarcaciones, el 2,94% del total de la pesca marítima nacional, con un arqueo de 4.949 GT (1,51% de toda España), una potencia de la flota de 16.089 CV (2,09%) y una eslora promedio de 10,86 metros. La antigüedad media de esos barcos es de 23 años.

En 2021 Asturias tenía 19 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 2021 a un valor de 46,2 millones de euros, un 10% menos que en el año anterior. El grueso de la producción fueron peces. 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 llegan ya a las 1.200 toneladas. La producción principal de la acuicultura asturiana es la trucha arcoíris (unas 800 toneladas anuales). En cuanto a la industria, según datos del INE, había al comenzar 2021 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	1.973	1,6
Industria cárnica	110	0,4
Industria de Pescado	16	0,3
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	S/D	S/D
Aceites y Grasas	S/D	S/D
Productos Lácteos	1108	11,4
Molinería y almidones	S/D	S/D
Panadería y pastas alimenticias	113	1,2
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	27	0,8
Café, Té e infusiones	95	3,7
Espicias, salsas y condimentos	S/D	S/D
Platos y comidas preparadas	64	2,4
Preparados alimenticios homogeneizados	106	10,4
Otros productos alimenticios	31	1,3
Productos alimentación animal	191	1,2
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	S/D	S/D
Vinos	17	0,2
Sidra y otras bebidas fermentadas	57	68
Cerveza y malta	1	0
Bebidas no alcohólicas	19	0,3

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Análisis y Prospectiva. Serie Indicadores por Comunidades 2020. Con datos del INE.

ASTURIAS. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	84	2,4
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	14	2,3
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	12	0,8
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	2	0,1
Fabricación de productos lácteos	90	5,3
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	7	1,8
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	291	2,5
Fabricación de otros productos alimenticios	61	1,9
Fabricación de productos para alimentación animal	16	2,1
Fabricación de bebidas	96	1,9
TOTAL	673	2,2

FUENTE: INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Asturias tiene 1.011.792 habitantes y 10.604 km<sup>2</sup> 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 prácticamente similar a la media nacional.

Asturias cuenta con 1.977 locales comerciales especializados en alimentación. Además, se contabilizan

495 supermercados y 11 hipermercados que alcanzan conjuntamente 390.269 m<sup>2</sup>. La densidad comercial para este conjunto de establecimientos se sitúa en 385,7 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes, bastante por encima de la media nacional. En Asturias hay 472 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 <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ASTURIAS	11.250	1.977	170	204	121	11	472
ASTURIAS/ESPAÑA (%)	2,1	1,9	1,3	3,6	2,6	2,2	1,1

## CONSUMO ALIMENTARIO

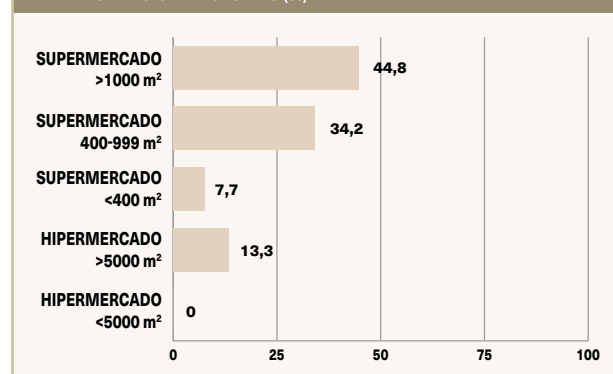
Durante el año 2021, Asturias registró un gasto per cápita en alimentación de 1.739,4 euros (un 8,0% superior a la media nacional). Carne (18,6%), pescado (14,8%), frutas frescas (10,5%), derivados lácteos (9,2%), pan (5,3%), hortalizas frescas (5,2%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,2%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Asturias cuentan con un gasto superior en vinos (20,3%), chocolates y cacao (27,0%), leche (33,1%), pan (30,1%), derivados lácteos (23,8%) y pescado (21,7%), mientras que, por el contrario, gastan menos en cervezas (-29,5%), zumo y néctar (-17,3%), platos preparados (-17,8%), hortalizas frescas (-19,0%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-10,9%).

En términos medios, durante el año 2021 cada persona en Asturias consumió 143 huevos, 44,2 kilos de carne, 28,7 kilos de pescado, 94,1 litros de leche, 41,7 kilos de derivados lácteos, 37,7 kilos de pan, 13,6 litros de aceite, 13,2 litros de cerveza, 45,6 kilos de hortalizas frescas, 103,2 kilos de frutas frescas, 13,2 kilos de platos preparados, 50,6 litros de agua embotellada y 34,0 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 (33,5%), pescado (26,3%), pan (25,3%), derivados lácteos (18,3%) y aceite (18,3%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en

### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ASTURIAS (%)

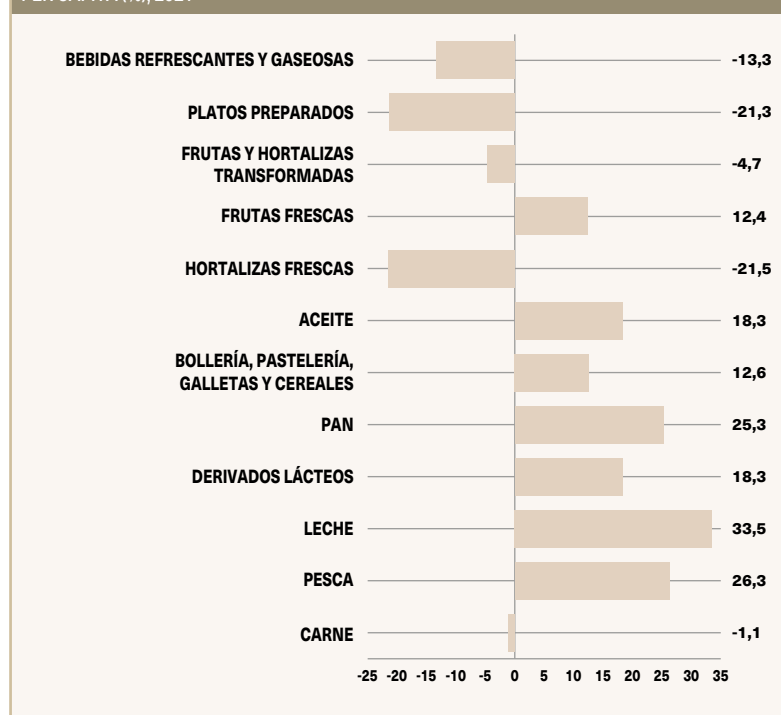


platos preparados (-21,3%), hortalizas frescas (-21,5%), bebidas refrescantes y gaseosas (-13,3%), carne (-1,1%) y frutas y hortalizas transformadas (-4,7%).

## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ASTURIAS (HOGARES), 2021

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	22,9	1,3	7,6
CARNE	322,9	18,6	0,7
PESCA	257,1	14,8	21,7
LECHE	65,1	3,7	33,1
DERIVADOS LÁCTEOS	159,5	9,2	23,8
PAN	92,4	5,3	30,1
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	72,3	4,2	10,3
CHOCOLATES Y CACAOS	35,7	2,1	27,0
ACEITE	37,8	2,2	21,8
VINO	30,9	1,8	20,3
CERVEZAS	21,4	1,2	-29,5
ZUMO Y NÉCTAR	6,8	0,4	-17,3
PATATAS	30,0	1,7	5,6
HORTALIZAS FRESCAS	91,0	5,2	-19,0
FRUTAS FRESCAS	182,1	10,5	16,2
FRUTOS SECOS	25,8	1,5	-5,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	31,9	1,8	9,5
PLATOS PREPARADOS	61,3	3,5	-17,8
CAFÉS E INFUSIONES	35,6	2,0	16,3
AGUA MINERAL	11,7	0,7	-4,5
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	32,8	1,9	-10,9
OTROS PRODUCTOS	112,2	6,5	1,1
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.739,4	100,0	8,0

## DESVIACIÓN DE ASTURIAS CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ASTURIAS EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
4 unidades de huevos	12 kilos de hortalizas frescas
24 litros de total leche	9 litros de cerveza
11 kilos de frutas frescas	15 litros de agua mineral
8 kilos de pan	5 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
6 kilos de derivados lácteos	4 kilos de platos preparados
6 kilos de pescado	1 litro de zumo y néctar
3 litros de vino	1 kilo de carne de pollo
3 kilos de yogurt	1 kilo de carne congelada
2 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de frutas y hortalizas transformadas
2 kilos de azúcar	1 kilo de pastas
2 kilos de queso	
2 litros de aceite de oliva	

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Por su parte, las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 6.723, lo que supone un 2,5% respecto del total nacional. En cuanto

al equipamiento en restaurantes, bares y hoteles, Asturias ocupa una posición intermedia en el conjunto nacional. ■

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ASTURIAS

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ASTURIAS	6.723	1.441	5.040	242	18.770
ASTURIAS/ESPAÑA (%)	2,5	1,8	2,9	1,3	1,8

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).



## 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 2021 alcanzó un valor de 1.060 millones de euros a precios corrientes, de los que la Producción Final Vegetal aportó 810 millones de euros, y el subsector ganadero otros 220 millones de euros. El resto de la PFA procedió de otras producciones y servicios, que aportaron cerca de 36 millones de euros.

De acuerdo con estas cifras, y una vez descontados los insumos y sumadas las subvenciones, se alcanzó una Renta Agraria regional cuyo valor rondó los 665 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 2021 (un 0,6% menos que en el año anterior, que fue bueno en cuanto a producción), con cerca de 417.500 toneladas recogidas. Canarias es el principal productor de plátanos de la Unión Europea y su cultivo ocupa unas 9.900 hectáreas. En 2021 se registraron graves pérdidas en el cultivo de la isla de La Palma por la erupción del volcán.

Igualmente, las pequeñas producciones de cítricos tuvieron un saldo negativo y en el sector de las hortalizas hubo en general peores cosechas, incluso para el tomate (0,2% menos). Canarias está entre las primeras regiones productoras de pepino y de calabacín.

Por el contrario, el balance fue bueno para otras frutas como el aguacate, cuya producción se incrementó un 22,2% hasta las 13.200 toneladas. Este cultivo ha ido expandiéndose 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 caída de la producción del 1%.

Al contrario que en el año anterior, la vendimia evolucionó positivamente y la producción de vino y mosto se incrementó un 34,8% hasta los 30.200 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 2021 se produjeron subidas en la producción de carne de porcino (0,4%), de vacuno (un 3,3%) y aves (1,7%), pero por el contrario bajó la producción de carne de conejo (13%) y caprino (3,6%). En volumen, la mayor producción cárnica es la de porcino.

Por su parte, la producción de leche de cabra descendió después de dos años de subidas consecutivas (un 4,3%). 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 2021 aumentó un 24,4%) y de vaca (que bajó un 2,5%).

Otra producción ganadera singular de las islas Canarias es la miel, que en el año 2021 volvió a registrar descensos importantes de producción por la sequía. Asimismo, la producción de huevos regional representó el 3% del total nacional.

Por lo que respecta al comercio exterior, en 2021 las exportaciones alcanzaron un valor de 209 millones de euros, el un 4,1% más que un año antes.

Finalmente, la ocupación en la rama de actividad agraria en el cuarto trimestre de 2021 en Canarias ascendía a 26.700 personas, según los datos de la Encuesta de Población Activa.

## PESCA EN CANARIAS

La flota pesquera canaria en 2021 estaba compuesta por 751 embarcaciones (cinco menos que un año antes), lo que supone el 8,6% del total nacional. Su arqueo llegaba hasta 18.993 GT (5,18% del total) y su potencia



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2020	2021
AGUACATE	10,8	13,2
CALABACÍN	24,4	23
CALABAZA	18	16,4
LECHUGAS	32,6	32,7
NARANJAS	12,4	11,1
PATATAS	78,8	78,1
PEPINOS	36,8	35,2
PLÁTANOS	420,1	417,5
TOMATE	65,4	65,3
VINOS Y MOSTOS (miles de hl.)	22,4	30,2
CARNE DE PORCINO	5,15	5,17
CARNE DE VACUNO	3	3,1
CARNE DE CAPRINO	1,97	1,96
CARNE DE CONEJO	0,15	0,13
CARNE DE AVES	12,1	11,2
LECHE DE CABRA	30,5	29,2
LECHE DE OVEJA	0,45	0,56
LECHE DE VACA	47,5	46,3
HUEVOS (Millones de docenas)	30,8	30,7

FUENTE: MAPA

alcanzaba los 45.945 CV (5,97%), mientras que su eslor promedio supera los 9,76 metros. La antigüedad promedio de todos estos barcos es de 42 años.

En 2021, Canarias contaba 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 el ejercicio 2021, la pesca capturada por los barcos canarios sumó 8.628 toneladas, por un valor de 30,7 millones de euros (un 3% menos que un año antes), según los datos de primera venta del gobierno canario. Además, el valor de la producción acuícola superó los 40,8 millones de euros y la producción acuícola se elevó por encima de las 7.000 toneladas, siendo las principales producciones la lubina (4.900 toneladas) y la dorada (1.900 toneladas). Finalmente, según datos del INE había en 2021 un total de 8 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	
	Cifra de Negocio	% CANARIAS/ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	1.534	1,2
Industria cárnica	168	0,6
Industria de Pescado	24	0,4
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	78	0,7
Aceites y Grasas	0	0
Productos Lácteos	244	2,5
Molinería y almidones	44	1,1
Panadería y pastas alimenticias	228	2,5
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	37	1,1
Café, Té e infusiones	31	1,2
Especias, salsas y condimentos	11	0,8
Platos y comidas preparadas	11	0,4
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos diversos	9	0,4
Productos alimentación animal	79	0,5
Bebidas espirituosas	41	3,1
Vinos	38	0,5
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	149	3,9
Bebidas no alcohólicas	330	5,8

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

CANARIAS. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	45	1,3
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	8	1,3
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	40	2,8
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	7	0,4
Fabricación de productos lácteos	155	9,1
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	38	9,8
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	426	3,6
Fabricación de otros productos alimenticios	144	4,4
Fabricación de productos para alimentación animal	11	1,4
Fabricación de bebidas	172	3,3
TOTAL	1046	3,5

FUENTE: INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Canarias tiene 2.172.944 habitantes y una extensión de 7.450 km<sup>2</sup>, un 4,6% 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 17,5%).

En Canarias se cuantifican 3.449 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación

(Las Palmas tiene el 51,3% mientras que Santa Cruz de Tenerife llega al 48,7%). Por otra parte, en Canarias hay instalados 1.030 supermercados y 40 hipermercados; estos 1.070 establecimientos ocupan 645.239 m<sup>2</sup> y suponen una densidad comercial de 296,9 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. Las actividades para venta ambulante y mercadillos se cifran en 2.256, un 5,5% sobre el total nacional.

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CANARIAS

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CANARIAS	26.154	3.449	602	235	193	40	2.256
CANARIAS/ESPAÑA (%)	4,8	3,3	4,5	4,1	4,2	7,9	5,5

## CONSUMO ALIMENTARIO

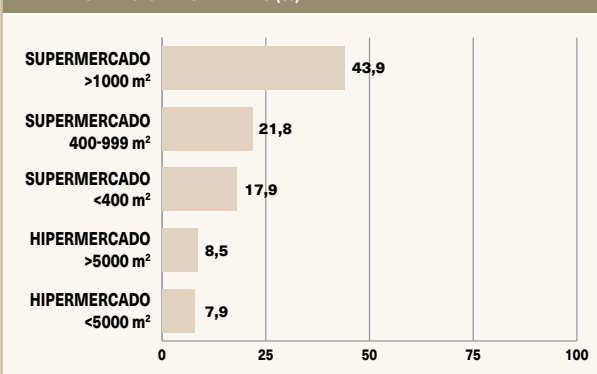
Durante el año 2021, Canarias registró un gasto per cápita en alimentación de 1.532,6 euros (un -4,8% inferior a la media nacional). Carne (18,7%), derivados lácteos (10,4%), pescado (9,6%), frutas frescas (10,4%), hortalizas frescas (6,8%), pan (4,1%), bollería, pastelería, galletas y cereales (4,4%) y platos preparados (4,2%) 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 (86,6%), zumo y néctar (32,4%), derivados lácteos (23,8%) y patatas (20,3%), mientras que, por el contrario, gastan menos en pescado (-30,3%), carne (-10,6%), cervezas (-25,5%), platos preparados (-13,2%), pan (-10,6%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-8,4%).

En términos medios, durante el año 2021 cada persona en Canarias consumió 133 huevos, 42,3 kilos de carne, 16,7 kilos de pescado, 65,7 litros de leche, 41,9 kilos de derivados lácteos, 28,3 kilos de pan, 12,3 litros de aceite, 18,1 litros de cerveza, 53,5 kilos de hortalizas frescas, 87,9 kilos de frutas frescas, 14,8 kilos de platos preparados, 136,4 litros de agua embotellada y 46,4 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Canarias se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de derivados lácteos (19,2%), bollería, pastelería, galletas y cereales (6,4%), aceite (7,1%) y bebidas refrescantes y gaseosas (18,4%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pes-

### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CANARIAS (%)



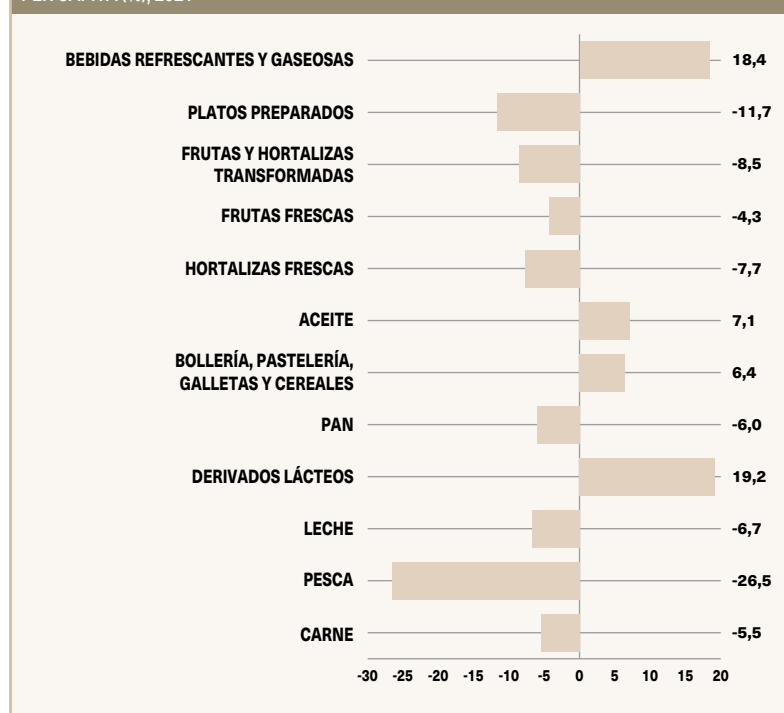
cado (-26,5%), platos preparados (-11,7%), frutas y hortalizas transformadas (-8,5%), hortalizas frescas (-7,7%), leche (-6,7%) y pan (-6,0%).



## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CANARIAS (HOGARES), 2021

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	22,1	1,4	3,6
CARNE	286,7	18,7	-10,6
PESCA	147,3	9,6	-30,3
LECHE	46,1	3,0	-5,8
DERIVADOS LÁCTEOS	159,5	10,4	23,8
PAN	63,5	4,1	-10,6
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	67,3	4,4	2,6
CHOCOLATES Y CACAOS	33,0	2,2	17,7
ACEITE	30,6	2,0	-1,5
VINO	26,1	1,7	1,6
CERVEZAS	22,6	1,5	-25,5
ZUMO Y NÉCTAR	11,0	0,7	32,4
PATATAS	34,1	2,2	20,3
HORTALIZAS FRESCAS	103,9	6,8	-7,5
FRUTAS FRESCAS	158,9	10,4	1,4
FRUTOS SECOS	26,2	1,7	-3,9
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	28,1	1,8	-3,7
PLATOS PREPARADOS	64,8	4,2	-13,2
CAFÉS E INFUSIONES	26,5	1,7	-13,4
AGUA MINERAL	22,9	1,5	86,6
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	33,8	2,2	-8,4
OTROS PRODUCTOS	117,6	7,7	5,9
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.532,6	100,0	-4,8

## DESVIACIÓN DE CANARIAS CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CANARIAS EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
71 litros de agua mineral	7 unidades de huevos
4 litros de zumo y néctar	8 kilos de carne fresca
5 kilos de carne congelada	6 kilos de pescado
7 kilos de derivados lácteos	5 litros de leche
4 kilos de queso	4 kilos de frutas frescas
9 litros de bebidas refrescantes	2 kilos de pan
3 kilos de pan industrial	4 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de yogurt	4 litros de cerveza
2 litros de leche desnatada	2 kilos de platos preparados
1 kilo de azúcar	1 kilo de aceitunas
2 litros de vinos tranquilos	2 litros de vinos y derivados
2 kilos de harinas y sémolas	2 litros de gaseosas

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Canarias cuenta con 15.542 locales para actividades de restauración y bares, llegando al 5,7% sobre el conjunto

de España. El equipamiento en restaurantes y hoteles es elevado en comparación con la media nacional. ■

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CANARIAS

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CANARIAS	15.542	6.877	7.764	901	156.571
CANARIAS/ESPAÑA (%)	5,7	8,6	4,4	4,7	14,7

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).



## 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

**E**l valor de la Producción Final Agraria (PFA) de Cantabria fue en 2021 de 293 millones de euros, expresadas en precios básicos. De este total, unos 36 millones procedieron de la Producción Final Vegetal (PFV) y 256 millones de euros de la Producción Final Ganadera (PFG).

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 120 millones de euros a precios básicos.



La evolución del sector ganadero de Cantabria estuvo marcada por la evolución de la carne de vacuno y la leche de vaca. Los precios de la leche subieron de media un 4,3% y la producción aumentó también en volumen (436.850 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.

En 2021 la producción cárnica en Cantabria la encabezó el sector del bovino con casi 11.000 toneladas (un 6,8% más que el 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 2021 el balance no fue bueno para la patata, pues la cosecha se redujo un 27%. En Cantabria existe una marca de calidad diferenciada que es la "Patata de Valderredible", un tubérculo 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 (300 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 2021 la producción se duplicó hasta 400 toneladas.

El valor de las exportaciones agroalimentarias de Cantabria en 2021 fue de 327 millones de euros, un 1,3% más que en 2020.

Según los datos de la Encuesta de Población Activa, en Cantabria había 4.900 personas ocupadas en el sector agrario al acabar 2021, por debajo del mismo periodo del año anterior.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2020	2021
AVENA	0,04	0,04
CEBADA	0,3	0,3
GIRASOL	0,04	0,04
KIWI	0,2	0,4
MAÍZ FORRAJERO	184	27
MANZANA DE SIDRA	0,2	0,16
PATATAS	4,8	3,5
PIMIENTO	0,1	0,1
VINOS (miles de hl.)	0,4	0,3
CARNE DE EQUINO	0,16	0,12
CARNE DE VACUNO	10,3	11
LECHE DE VACA	440,6	436,85
LECHE DE OVEJA	0,059	0,06
HUEVOS (Millones de docenas)	2	1,9

FUENTE: MAPA

## PESCA EN CANTABRIA

Las embarcaciones pesqueras de Cantabria en 2021 eran 132, tres menos que en 2020 y el 1,51% del total nacional. Su arqueo llega hasta los 6.513 GT (1,99%) y su potencia se acercaba a los 17.064 GT (2,22%), mientras que su eslora promedio rondaba los 16,60 metros. La antigüedad promedio de esta flota era de 23 años. En 2021, Cantabria contaba con 2 cofradía de pescadores integradas en la Federación Nacional.

La pesca total de la región superó las 24.000 toneladas, por un valor de más de 47 millones de euros. Los puertos 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 de producción de unas 400 toneladas. Las producciones más importantes dentro de la acuicultura son la dorada, la lubina, 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 2021 un total de 72 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	1.554	1,2
Industria cárnica	35	0,1
Industria de Pescado	217	3,4
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	3	0
Aceites y Grasas	0	0
Productos Lácteos	388	4
Molinería y almidones	S/D	S/D
Panadería y pastas alimenticias	186	2
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	569	16,6
Café, Té e infusiones	S/D	S/D
Espesias, salsas y condimentos	0	0
Platos y comidas preparadas	3	0,1
Preparados alimenticios homogeneizados	0	0
Otros productos alimenticios	6	0,3
Productos alimentación animal	109	0,7
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	2	0,2
Vinos	3	0
Sidra y otras bebidas fermentadas	0	0
Cerveza y malta	3	0,1
Bebidas no alcohólicas	S/D	S/D

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

CANTABRIA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	33	0,9
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	72	11,8
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	9	0,6
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	0	0
Fabricación de productos lácteos	49	2,9
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	3	0,8
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	173	1,5
Fabricación de otros productos alimenticios	25	0,8
Fabricación de productos para alimentación animal	15	2
Fabricación de bebidas	31	0,6
TOTAL	410	1,4

FUENTE: INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Cantabria tiene 584.507 habitantes que viven en una superficie de 5.253 km<sup>2</sup>. Santander cuenta con cerca de un tercio de la población. El gasto medio por persona de la población cántabra es inferior a la media nacional (4,3% menor).

En Cantabria se contabilizan 6.300 establecimientos comerciales minoristas. Aquellos que se ciñen

específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 1.329. Esta comunidad autónoma cuenta con 404 supermercados y 6 hipermercados. Estos 410 establecimientos ocupan 206.960 m<sup>2</sup> y generan una densidad comercial de 354,1 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. La venta ambulante y en mercadillos alcanza 356 actividades (en torno al 0,9% sobre el total nacional).

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CANTABRIA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CANTABRIA	6.300	1.329	240	109	55	6	356
CANTABRIA/ESPAÑA (%)	1,2	1,3	1,8	1,9	1,2	1,2	0,9

## CONSUMO ALIMENTARIO

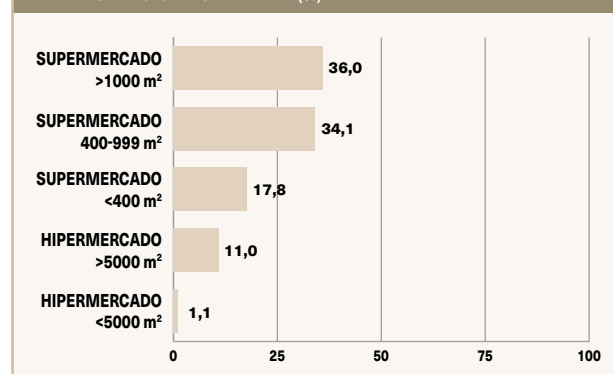
Durante el año 2021, Cantabria registró un gasto per cápita en alimentación de 1.620,7 euros (un 0,6% superior a la media nacional). Carne (18,7%), pescado (13,5%), frutas frescas (9,5%), derivados lácteos (7,9%), hortalizas frescas (6,1%), pan (4,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,5%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Cantabria cuentan con un gasto superior en aceite (34,5%), vino (22,0%), huevos (13,4%), y frutas y hortalizas transformadas (22,4%), mientras que, por el contrario, gastan menos en hortalizas frescas (-12,2%), cafés e infusiones (-9,8%), zumo y néctar (-13,6%) y cervezas (-23,5%).

En términos medios, durante el año 2021 cada persona en Cantabria consumió 163 huevos, 40,7 kilos de carne, 24,1 kilos de pescado, 81,9 litros de leche, 35,0 kilos de derivados lácteos, 31,0 kilos de pan, 13,7 litros de aceite, 16,5 litros de cerveza, 48,3 kilos de hortalizas frescas, 85,7 kilos de frutas frescas, 16,8 kilos de platos preparados, 59,0 litros de agua embotellada y 34,1 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Cantabria se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de aceite (19,2%), bollería, pastelería, galletas y cereales (15,7%), leche (16,3%) y frutas y hortalizas transformadas (8,0%), mientras que, por el contrario, el

### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CANTABRIA (%)



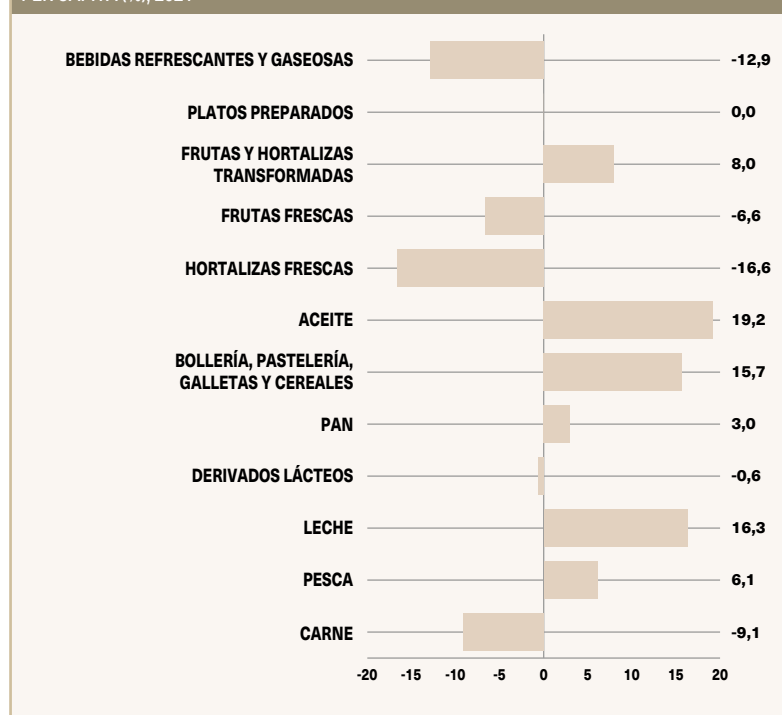
consumo es menor en hortalizas frescas (-16,6%), frutas frescas (-6,6%), y bebidas refrescantes y gaseosas (-12,9%).



## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CANTABRIA (HOGARES), 2021

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	24,2	1,5	13,4
CARNE	302,5	18,7	-5,6
PESCA	219,1	13,5	3,7
LECHE	55,3	3,4	13,1
DERIVADOS LÁCTEOS	128,7	7,9	-0,1
PAN	73,7	4,5	3,7
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	72,8	4,5	11,1
CHOCOLATES Y CACAOS	33,0	2,0	17,4
ACEITE	41,8	2,6	34,5
VINO	31,4	1,9	22,0
CERVEZAS	23,2	1,4	-23,5
ZUMO Y NÉCTAR	7,1	0,4	-13,6
PATATAS	26,7	1,6	-5,9
HORTALIZAS FRESCAS	98,7	6,1	-12,2
FRUTAS FRESCAS	154,0	9,5	-1,7
FRUTOS SECOS	23,4	1,4	-14,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	35,7	2,2	22,4
PLATOS PREPARADOS	75,4	4,7	1,1
CAFÉS E INFUSIONES	27,6	1,7	-9,8
AGUA MINERAL	13,1	0,8	6,8
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	36,1	2,2	-2,0
OTROS PRODUCTOS	117,2	7,2	5,5
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.620,7	100,0	0,6

## DESVIACIÓN DE CANTABRIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CANTABRIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
23 unidades de huevos	7 litros de agua mineral
1 kilos de yogur	5 litros de cervezas
2 kilos de carne de vacuno	7 litros de leche semidesnatada
2 litros de aceite	1 litros de zumo y néctar
11 litros de leche líquida	6 kilos de frutas frescas
3 litros de vinos y derivados	10 kilo de hortalizas frescas
1 kilos de pan	2 kilo de carne de pollo
2 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos
	5 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
	1 kilo de patatas

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades dedicadas a servicios de restauración y bares se cifran en 3.552 (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	3.552	898	2.545	109	11.976
CANTABRIA/ESPAÑA (%)	1,3	1,1	1,5	0,6	1,1

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).



## 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

Expresada en precios básicos, la Producción Final Agraria (PFA) de Castilla-La Mancha ascendió en 2021 a 5.749 millones de euros. La Producción Final Vegetal contribuyó con 3.774 millones de euros y la Producción Final Ganadera con 1.760 millones de euros. El resto de la PFA fueron aportaciones del sector servicios y de otras producciones agrarias, que sumaron cerca de 215 millones de euros.

El gasto en consumos intermedios supuso en 2020 un coste superior al del año precedente y finalmente, la Renta Agraria se estimó en 3.034 millones de euros.

El año agrícola 2021 se caracterizó por las malas cosechas de cereales (con excepciones como la del maíz) y de uva de vinificación. Más del 65% de 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 2021 superó los 18,5 millones de hectolitros, lo que supuso un descenso del 22,8% con respecto a la producción del año anterior, que no fue muy buena.

También fueron mucho menores las cosechas de cereal, con la excepción del trigo y el maíz, que tuvieron mejores resultados. Igualmente, en el sector de las hortalizas primaron las subidas, aunque algunos productos como el melón o lechuga tuvieron peores resultados.

Al igual que el ajo, el champiñón es otra producción agrícola muy representativa de Castilla-La Mancha. En 2021 el balance para el cultivo fue relativamente bueno. Por su parte, la campaña de aceite de oliva (2021/2022) fue mucho peor que la anterior (un 4,5% menos).

En el mismo sentido, la producción de almendra se redujo con respecto a la del año anterior y entre las frutas de hueso (melocotón, etc.) se produjeron importantes subidas de cosecha, un año más.

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 2021 la producción de carne de porcino volvió a crecer y se elevó a casi 414.000 toneladas (1,6% más). Igualmente, aumentó un 0,6% la producción de carne de pollo, que es la segunda en importancia dentro de esta región. Sin embargo, el resto de las producciones cárnicas (vacuno, ovino, conejo) fueron menores que un año antes.

Respecto a las producciones lácteas, fueron superiores en volumen las de vaca y oveja, pero no así la de cabra. Se produjeron 278.300 toneladas de leche de vaca (un 1,6% más); casi 166.200 toneladas de leche de oveja y 75.800 toneladas de leche de cabra. Esta región también cuenta con una importante producción

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2020	2021
ACEITE DE OLIVA	131,9	126
AJOS	161,7	198,8
ALMENDRA CÁSCARA	74,5	47
AVENA	493,2	444
CEBADA	2.885	2.447
CEBOLLAS	702,3	748,5
CHAMPIÑÓN	76,3	76,7
COLZA	32,4	31
GIRASOL	133,32	122,15
LECHUGA	66,8	62,7
LENTEJAS	29,5	22,5
MAÍZ	199,14	244
MELOCOTÓN	39,5	48,4
MELONES	171,3	164,3
PATATAS	60,7	54,4
PIMIENTOS	40,9	43,5
SANDÍAS	192	210,4
TOMATE	70	85,9
TRIGO	927,8	929,6
TRITICALE	246,6	201,4
VINOS (miles de hl.)	23.923,6	18.464,4
ZANAHORIAS	16,4	19,7
CARNE DE VACUNO	54	53,6
CARNE DE PORCINO	407,3	414
CARNE DE OVINO	15,5	15
CARNE DE AVES	65	65,4
CARNE DE CONEJO	3,8	3,6
CARNE DE CAPRINO	0,77	0,9
LECHE DE CABRA	78,7	75,8
LECHE DE OVEJA	162,3	166,2
LECHE DE VACA	275,1	278,3
HUEVOS (Millones de docenas)	290,3	289,9

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

de miel y también de huevos (cuenta con el 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 2.942 millones de euros, un 8,6% más

Finalmente, al acabar el año había en Castilla-La Mancha 66.300 personal ocupadas en la actividad agraria, según la Encuesta de Población Activa, con un aumento considerable respecto al año anterior. ■

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	9.203	7,3
Industria cárnica	2.824	9,9
Industria de Pescado	8	0,1
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	454	4,1
Aceites y Grasas	577	5,7
Productos Lácteos	1523	15,7
Molinería y almidones	153	3,9
Panadería y pastas alimenticias	413	4,5
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	285	8,3
Café, Té e infusiones	9	0,3
Especias, salsas y condimentos	24	1,8
Platos y comidas preparadas	41	1,5
Preparados alimenticios homogeneizados	24	2,3
Otros productos diversos	63	2,5
Productos alimentación animal	407	2,6
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	205	15,2
Vinos	1.476	19,8
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	122	3,2
Bebidas no alcohólicas	584	10,2

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

CASTILLA-LA MANCHA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	228	6,4
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	9	1,5
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	103	7,1
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	190	11,2
Fabricación de productos lácteos	142	8,4
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	34	8,7
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	899	7,7
Fabricación de otros productos alimenticios	159	4,8
Fabricación de productos para alimentación animal	90	11,8
Fabricación de bebidas	442	8,6
TOTAL	2.296	7,6

FUENTE: INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Castilla-La Mancha cuenta con 2.049.562 habitantes y 79.409 km<sup>2</sup> de extensión. Las provincias de Toledo y Ciudad Real superan los 400.000 habitantes. El gasto medio por persona del consumidor castellano-manchego está por debajo de la media nacional (un 18,5%).

En Castilla-La Mancha hay 23.447 locales comerciales minoristas. Los establecimientos especializados

en la distribución de alimentación y bebidas se cifran en 4.446. Toledo tiene el 32,3%; Ciudad Real, el 27,3%; Albacete, el 20,5%; Cuenca, el 10,9%; y Guadalajara, el 8,6%. Esta comunidad autónoma cuenta con 1.158 supermercados y 20 hipermercados, que en conjunto alcanzan una superficie de venta de 609.043 m<sup>2</sup> y una densidad comercial de 297,2 m<sup>2</sup> por cada 1.000 habitantes. La venta ambulante y en mercadillos cuenta con 1.972 actividades, un 4,8% sobre el conjunto de España.

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CASTILLA-LA MANCHA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CASTILLA-LA MANCHA	23.447	4.446	744	234	180	20	1.972
CASTILLA-LA MANCHA/ESPAÑA (%)	4,3	4,2	5,6	4,1	3,9	4,0	4,8

## CONSUMO ALIMENTARIO

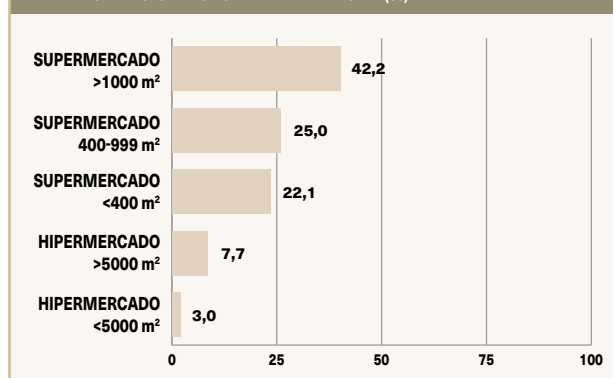
Durante el año 2021, Castilla-La Mancha registró un gasto per cápita en alimentación de 1.437,8 euros (un -10,7% inferior a la media nacional). Carne (22,3%), pescado (13,6%), frutas frescas (9,0%), derivados lácteos (7,4%), pan (4,9%), hortalizas frescas (6,2%), platos preparados (4,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Castilla-La Mancha cuentan con un gasto superior en bebidas refrescantes y gaseosas (9,0%) y leche (12,2%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-47,0%), frutos secos (-20,3%), aceite (-33,0%), huevos (-15,0%), derivados lácteos (-17,5%), hortalizas frescas (-20,1%), frutas frescas (-17,4%) o café e infusiones (-32,1%).

En términos medios, durante el año 2021 cada persona en Castilla-La Mancha consumió 133 huevos, 48,4 kilos de carne, 22,3 kilos de pescado, 81,2 litros de leche, 31,9 kilos de derivados lácteos, 31,3 kilos de pan, 8,8 litros de aceite, 23,2 litros de cerveza, 48,7 kilos de hortalizas frescas, 84,7 kilos de frutas frescas, 15,8 kilos de platos preparados, 68,6 litros de agua embotellada y 48,3 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 (23,3%), leche (15,3%), bollería, pastelería y cereales (2,6%), frutas y hortalizas transformadas (5,6%) y carne

### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CASTILLA LA MANCHA (%)

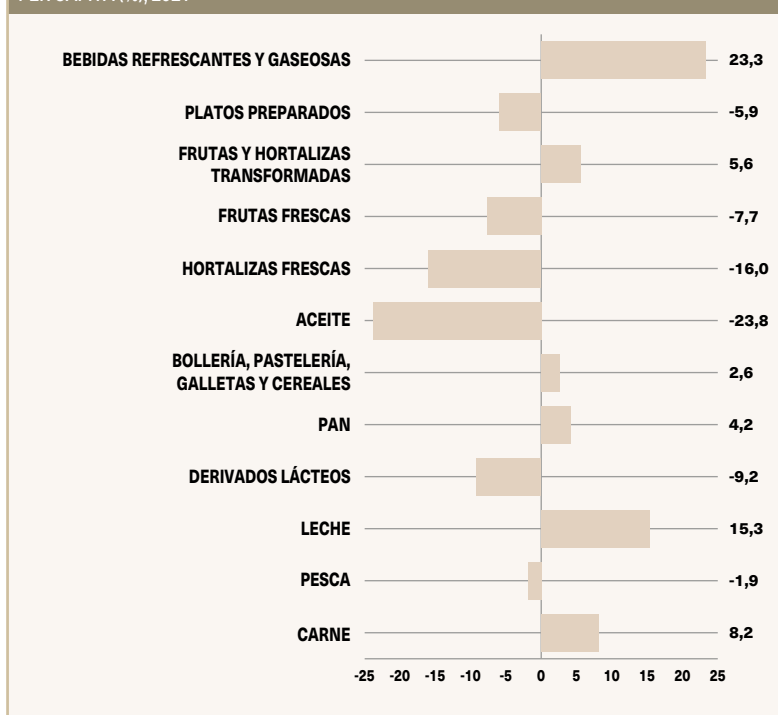


(8,2%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en hortalizas frescas (-16,0%), aceite (-23,8%), derivados lácteos (-9,2%), frutas frescas (-7,7%) y platos preparados (-5,9%).

## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA (HOGARES), 2021

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	18,1	1,3	-15,0
CARNE	320,6	22,3	0,0
PESCA	194,9	13,6	-7,7
LECHE	54,9	3,8	12,2
DERIVADOS LÁCTEOS	106,2	7,4	-17,5
PAN	70,4	4,9	-1,0
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	62,9	4,4	-4,1
CHOCOLATES Y CACAOS	23,3	1,6	-17,0
ACEITE	20,8	1,4	-33,0
VINO	13,6	0,9	-47,0
CERVEZAS	28,3	2,0	-6,8
ZUMO Y NÉCTAR	6,7	0,5	-19,1
PATATAS	23,6	1,6	-16,7
HORTALIZAS FRESCAS	89,8	6,2	-20,1
FRUTAS FRESCAS	129,4	9,0	-17,4
FRUTOS SECOS	21,8	1,5	-20,3
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,6	1,8	-8,9
PLATOS PREPARADOS	64,5	4,5	-13,5
CAFÉS E INFUSIONES	20,8	1,4	-32,1
AGUA MINERAL	10,8	0,8	-12,1
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	40,2	2,8	9,0
OTROS PRODUCTOS	89,6	6,2	-19,3
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.437,8	100,0	-10,7

## DESVIACIÓN DE CASTILLA LA MANCHA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CASTILLA-LA MANCHA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
9 litros de gaseosas y bebidas refrescantes	9 kilos de hortalizas frescas
12 litros de leche esterilizada	7 kilos de frutas frescas
11 litros de leche envasada	7 unidades de huevos
3 litros de agua mineral	3 kilos de derivados lácteos
4 kilos de carne	4 kilos de patatas
2 kilos de carne fresca	2 litros de leches fermentadas
2 kilos de carne de cerdo	1 kilos de queso
1 litro de cervezas	3 litros de aceite
1 kilo de carne trasformadas	2 litros de vino y derivados

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Los locales relacionados con actividades de restauración y bares son 10.120 (un 3,7% sobre el total nacio-

nal) y se distribuyen principalmente en Toledo (32,0%), Ciudad Real (23,3%) y Albacete (20,9%). ■

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CASTILLA-LA MANCHA	10.120	2.034	7.520	566	26.726
CASTILLA-LA MANCHA / ESPAÑA (%)	3,7	2,5	4,3	3,0	2,5

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).





## 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 \*\*/<sup>\*</sup>  
 CORDERO MANCHEGO <sup>\*</sup>  
 CORDERO SEGREÑO \*\*/<sup>\*</sup>

## HORTALIZAS

AJO MORADO DE LAS PEDROÑERAS <sup>\*</sup>  
 BERENJENA DE ALMAGRO <sup>\*</sup>  
 MELÓN DE LA MANCHA <sup>\*</sup>

## TURRONES, BOLLERÍA Y DULCES

MAZAPÁN DE TOLEDO <sup>\*</sup>

## HARINAS

PAN DE CRUZ DE CIUDAD REAL <sup>\*</sup>

## VINOS

VINOS DE LA TIERRA DE CASTILLA



## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## ACEITES

ACEITE CAMPO DE CALATRAVA <sup>\*</sup>  
 ACEITE CAMPO DE MONTIEL <sup>\*</sup>  
 ACEITE DE LA ALCARRIA <sup>\*</sup>  
 MONTES DE TOLEDO <sup>\*</sup>

## QUESOS

QUESO MANCHEGO <sup>\*</sup>

## CONDIMENTOS

AZAFRÁN DE LA MANCHA <sup>\*</sup>

## JAMONES

GUIJUELO \*\*/<sup>\*</sup>

## MIEL

MIEL DE LA ALCARRIA <sup>\*</sup>

## ARROCES

CALASPARRA \*\*/<sup>\*</sup>

## ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO <sup>\*</sup>

## MARCA DE CALIDAD

ACEITE CAMPO DE HELLÍN  
 ACEITE VALLE DE LA ALCUDIA  
 ACEITE DE LA ASOCIACIÓN SIERRA DE ALCARAZ  
 CEBOLLA DE LA MANCHA  
 CORDERO DE LA ALCARRIA  
 CUEVA

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

PRODUCTOS DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CASTILLA-LA MANCHA

<sup>\*</sup> Denominación en tramitación / <sup>\*\*</sup> Denominación compartida con otras CC AA / <sup>\*\*\*</sup> Denominación en proyecto / <sup>\*</sup> Inscrita en el Registro de la UE

# CASTILLA Y LEÓN

## AGRICULTURA Y GANADERÍA

Se estima que el valor alcanzado por la Renta Agraria regional en 2021 fue de 3.007 millones de euros. Esta cifra, superior a la del año precedente, fue consecuencia de la buena evolución de la Producción Final Vegetal (PFV).

Más en concreto, la Producción Final Agraria (PFA) alcanzó un valor de 7.173 millones de euros, de los que 3.767 millones de euros correspondieron a la PFV y 3.102 millones a la Producción Final Ganadera (PFG). Con respecto al año anterior, aumentó la aportación de la PFV y disminuyó la de la PFG. Además, a la producción final agraria se sumó la aportación de los servicios y las otras producciones agrarias, que rondó los 305 millones de euros, según datos de la Junta de Castilla y León.

Como suele ser habitual, los cereales generan casi la mitad de la PFA, de ahí que su evolución impulsara al conjunto. La producción de cebada se redujo un 23,7% (en 2020 había subido considerablemente), la de centeno lo hizo en un 25% y la de avena en un 23%. Sin embargo, la de trigo aumentó un 9% y la



de maíz en casi un 10%. Como los precios fueron en general más altos, el balance final fue bueno para el sector.

A muy larga distancia, el segundo grupo de cultivos en importancia económica fue del de las plantas industriales, en el que se incluyen desde la remolacha- un cultivo vital en la región- a las oleaginosas. En 2021 fue mayor la producción de remolacha (9,65%), pero entre las oleaginosas hubo muy malas cosechas en girasol y buenas en colza.

El sector vitivinícola es el cuarto en importancia, de cara al cálculo de la renta agraria regional. La producción resultó un 1,15% superior, con algo más de 2 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 809.300 toneladas (12,5% menos que el año precedente). Otros cultivos hortícolas importantes fueron las cebollas y los ajos, que también saldaron el año con mejores cosechas.

Castilla y León tiene también una pequeña producción de aceite de oliva (1.600 toneladas en la campaña 2021/2022).

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. No obstante, en 2021 las principales cabañas tuvieron peores resultados. Así, el porcino, que aporta más de un tercio del valor de la producción ganadera, registró un descenso de producción de carne (5%) y lo mismo sucedió con la carne de cabra y de conejo. En sentido contrario, aumentó la producción de carne de ovino, de vacuno y de pollo, la segunda en importancia tras el porcino.

Por su lado, la producción de leche de vaca aumentó un 0,31%, hasta las 930.300 toneladas. Además, se produjeron 284.650 toneladas de leche de oveja (la mayor producción de España, aunque fue un 0,5% inferior a la de 2020) y 29.340 toneladas de leche de cabra, un 0,1% menos que un año antes. Dentro de las producciones ganaderas también destacaron los huevos (la segunda producción más alta del país) y

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2020	2021
ACEITE DE OLIVA	0,9	1,6
AJOS	18,5	21,3
CENTENO	305,7	229,2
AVENA	293,5	227,9
CEBADA	4.113,5	3.139,2
CEBOLLAS	75,3	84,2
COLZA	87,9	108
GARBANZOS	7,8	7,5
GIRASOL	358,27	330
GUISANTES SECOS	78,7	60,6
LECHUGAS	7	6,6
LENTEJAS	12,3	8,6
MAÍZ	1.483,4	1.629,86
MANZANAS MESA	44,3	39
PATATAS	830,1	809,3
PUERRO	31	31
PERA	11	13
REMOLACHA AZUCARERA	1.662,6	1.823
TRIGO	3.569,5	3.886,7
VINOS (miles de hl.)	2.084	2.060
ZANAHORIAS	189,0	206,2
CARNE DE AVES	126,6	130,1
CARNE DE CAPRINO	0,83	0,86
CARNE DE CONEJO	11	10
CARNE DE OVINO	31,6	36,4
CARNE DE PORCINO	663,9	631,3
CARNE DE VACUNO	110,8	111,3
CARNE DE EQUINO	0,7	0,6
LECHE DE CABRA	29,36	29,34
LECHE DE OVEJA	286,2	284,65
LECHE DE VACA	927,4	930,3
HUEVOS (Millones de docenas)	196	195,8

FUENTE: MAPA

la miel (su aportación a la renta agraria regional es pequeña).

Con respecto al comercio exterior, las exportaciones agrarias de Castilla y León crecieron un 11,9% en 2021 hasta alcanzar un valor de 2.715,8 millones de euros (el 4,6% del total nacional).

Finalmente, la población agraria ocupada ascendió en 2021 a 65.100 personas de media, cifra superior a la del año precedente, según datos del cuarto trimestre del año de la Encuesta de Población Activa (EPA). ■

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
<b>Total Industria Alimentaria</b>	<b>11.309</b>	<b>8,9</b>
Industria cárnica	3.025	10,6
Industria de Pescado	192	3
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	661	6
Aceites y Grasas	21	0,2
Productos Lácteos	1.585	16,3
Molinería y almidones	369	9,5
Panadería y pastas alimenticias	1.320	14,4
Azúcar	326	70,2
Cacao, Chocolate y confitería	30	0,9
Café, Té e infusiones	249	9,8
Especias, salsas y condimentos	S/D	S/D
Platos y comidas preparadas	263	10
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos diversos	184	7,5
Productos alimentación animal	1.794	11,7
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	246	18,3
Vinos	767	10,3
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	24	0,6
Bebidas no alcohólicas	204	3,6

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

CASTILLA Y LEÓN. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	758	21,3
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	13	2,1
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	98	6,7
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	24	1,4
Fabricación de productos lácteos	152	9
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	52	13,4
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	1.036	8,9
Fabricación de otros productos alimenticios	135	4,1
Fabricación de productos para alimentación animal	98	12,8
Fabricación de bebidas	678	13,2
TOTAL	3.044	10,1

FUENTE: INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Castilla y León cuenta con 2.383.139 habitantes y una extensión de 93.900 km<sup>2</sup>, 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 1,3 puntos).

En Castilla y León se cuantifican 6.071 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación.

Valladolid tiene el 19,9%; León llega al 19,0%; Salamanca cuenta con un 14,1%; Burgos tiene el 14,5%; Palencia un 6,7%; Ávila un 7,5%; Zamora un 7,7%; Segovia un 6,9%; y, por último, Soria un 3,7%.

En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 1.246 supermercados y 24 hipermercados (estos 1.270 establecimientos ocupan 738.827 m<sup>2</sup> y suponen una densidad comercial de 310,0 m<sup>2</sup> por 1.000 habitantes). Castilla y León cuenta con 1.512 actividades de comercio ambulante y mercadillos, el 3,7% del total nacional.

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CASTILLA Y LEÓN	28.121	6.171	676	348	222	24	1.512
CASTILLA Y LEÓN/ ESPAÑA (%)	5,2	5,9	5,1	6,1	4,8	4,7	3,7

## CONSUMO ALIMENTARIO

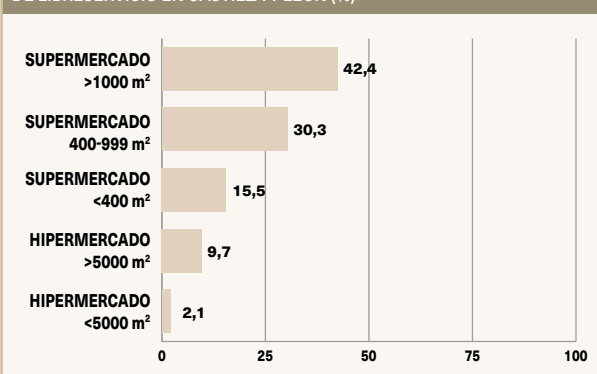
Durante el año 2021, Castilla y León registró un gasto per cápita en alimentación de 1.652,9 euros (un 2,6% superior a la media nacional). Carne (22,7%), pescado (14,4%), frutas frescas (10,0%), derivados lácteos (6,8%), pan (4,9%), hortalizas frescas (6,2%) y leche (3,8%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Castilla y León cuentan con un gasto superior en leche (28,9%), aceite (20,8%), carne (16,9%), pescado (13,0%) y pan (12,9%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-20,4%), cervezas (-16,9%), agua mineral (-19,7%), zumo y néctar (-12,0%), patatas (-16,2%), bebidas refrescantes y gaseosas (-17,4%) y platos preparados (-16,8%).

En términos medios, durante el año 2021 cada persona en Castilla y León consumió 144 huevos, 52,2 kilos de carne, 27,0 kilos de pescado, 91,5 litros de leche, 32,5 kilos de derivados lácteos, 34,3 kilos de pan, 14,0 litros de aceite, 17,8 litros de cerveza, 55,1 kilos de hortalizas frescas, 104,3 kilos de frutas frescas, 14,4 kilos de platos preparados, 53,5 litros de agua embotellada y 31,5 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 (%)

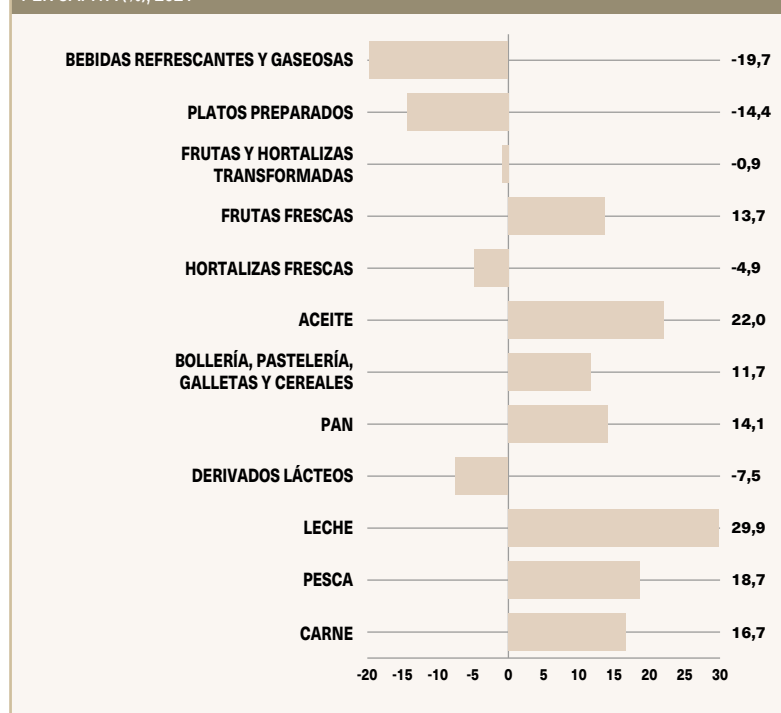


mayor cantidad de leche (29,9%), aceite (22,0%), pan (14,1%), carne (16,7%), pescado (18,7%) y frutas frescas (13,7%), mientras que, por el contrario, el consu-

## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CASTILLA Y LEÓN (HOGARES), 2021

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,4	1,2	-4,0
CARNE	374,9	22,7	16,9
PESCA	238,8	14,4	13,0
LECHE	63,1	3,8	28,9
DERIVADOS LÁCTEOS	113,1	6,8	-12,3
PAN	80,3	4,9	12,9
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	69,9	4,2	6,6
CHOCOLATES Y CACAOS	28,6	1,7	1,8
ACEITE	37,5	2,3	20,8
VINO	20,4	1,2	-20,4
CERVEZAS	25,2	1,5	-16,9
ZUMO Y NÉCTAR	7,3	0,4	-12,0
PATATAS	23,8	1,4	-16,2
HORTALIZAS FRESCAS	102,8	6,2	-8,5
FRUTAS FRESCAS	166,0	10,0	5,9
FRUTOS SECOS	24,9	1,5	-8,7
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	28,8	1,7	-1,1
PLATOS PREPARADOS	62,1	3,8	-16,8
CAFÉS E INFUSIONES	26,4	1,6	-13,6
AGUA MINERAL	9,9	0,6	-19,7
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	30,5	1,8	-17,4
OTROS PRODUCTOS	98,3	5,9	-11,5
<b>TOTAL ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.652,9</b>	<b>100,0</b>	<b>2,6</b>

## DESVIACIÓN DE CASTILLA Y LEÓN CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



mo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-19,7%), platos preparados (-14,4%), derivados lácteos (-7,6%), frutas y hortalizas transformadas (-0,9%) y hortalizas frescas (-4,9%).

## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CASTILLA Y LEÓN EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
21 litros de leche	9 litros de bebidas refrescantes
4 unidades de huevos	12 litros de agua mineral
13 kilos de frutas frescas	3 kilos de hortalizas frescas
8 kilos de carne fresca	3 kilos de patatas
4 kilos de pan	4 litros de cerveza
4 kilos de pescado fresco	3 kilos de derivados lácteos
3 litros de aceite	2 kilos de platos preparados
2 kilos de carne de vacuno	1 kilo de batidos de leche
3 kilos de carne de cerdo	1 kilo de queso
2 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilo de arroz
1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos	1 kilo de pastas
1 litro de gaseosas	1 litro de zumo y néctar

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Hay 15.344 licencias concedidas para actividades de restauración y bares que suponen un 5,6% 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	15.344	2.710	12.108	526	44.233
CASTILLA Y LEÓN/ ESPAÑA (%)	5,6	3,4	6,9	2,8	4,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA Y LEÓN

## DENOMINACIONES DE ORIGEN

## VINOS

ARLANZA  
ARRIBES  
BIERZO  
CIGALES  
RIBERA DEL DUERO  
RUEDA  
TIERRA DE LEÓN  
TIERRA DEL VINO DE ZAMORA  
TORO

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## JAMONES

GUIJUELO \*\*/°

## QUESOS

QUESO ZAMORANO °

## FRUTAS

MANZANA REINETA DEL BIERZO °

## PRODUCTOS LÁCTEOS

MANTEQUILLA DE SORIA °

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

## LEGUMBRES

ALUBIA DE LA BAÑEZA-LEÓN °  
GARBANZO DE FUENTESAÚCO °  
JUDÍAS DE EL BARCO DE ÁVILA °  
LENTEJA DE LA ARMUÑA °  
LENTEJA 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

## BOLLERÍA Y DULCES

HORNAZO DE SALAMANCA

## HARINAS Y DERIVADOS

TORTA ARANDA  
HARINA TRADICIONAL ZAMORANA  
PAN DE VALLADOLID

## 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 ARRIBES DE SALAMANCA

## VINOS DE LA TIERRA

VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA Y LEÓN

## VINOS DE CALIDAD CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA

SIERRA DE SALAMANCA  
VALLES DE BENAVENTE  
VALTIENDAS  
CEBREROS

*\* Denominación en tramitación / \*\* Denominación compartida con otras CC AA / ° Inscrita en el Registro de la UE*



# CATALUÑA



## AGRICULTURA Y GANADERÍA

**E**l valor de la Producción Final Agraria (PFA) de Cataluña ascendió en 2021 a 5.428 millones de euros. La Producción Final Vegetal aportó 1.805 millones de euros y la Producción Final Ganadera otros 3.435 millones de euros.

El resto de la PFA lo aportaron otras producciones agrarias y el sector servicios agrarios (unos 188 millones de euros aproximadamente).

Una vez descontados los consumos intermedios, que subieron, se desprende el valor de la Renta Agraria, que ascendió a 1.162 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 el porcino, que aporta más de la mitad de la PFG.

En 2021 se produjo una subida importante de la producción de carne de porcino (6%), hasta superar los 2,11 millones de toneladas. Cataluña lidera en España la producción de carne, pero no el mayor censo de porcino (cuenta con el 27% del total, por detrás de Aragón). El buen funcionamiento del porcino en los mercados exteriores hizo posible que el valor generado subiera sensiblemente.

A mucha distancia del porcino, se situó la producción de carne de pollo, que también creció mode-

radamente, al igual que la carne de vacuno (6,4%). Por el contrario, 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 ligeramente hasta las 750.800 toneladas y 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 incrementó un 12,4% con respecto al año anterior y la segunda, mucho menos importante, se mantuvo estable.

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 de 2020, pero la de cereza aumentó un 16%. Igualmente fueron mucho peores que en la anterior campaña las producciones de cítricos.

En cuanto a las hortalizas, aunque con excepciones fueron peores las cosechas, especialmente para el tomate (12%), el pepino (2%) y la alcachofa (43% menos).

La producción de vino registró un aumento del 31% con respecto al año anterior (se produjeron 3,13 millones de hectolitros). De esta producción, el grueso



fue producido por bodegas amparadas por una denominación de origen.

En el sector de los cereales hubo mejores cosechas tanto en los de siembra de invierno (trigo), como en los de siembras de primavera (maíz). Igualmente, la producción de arroz fue superior a la del año precedente (un 0,2% más).

Finalmente, la producción de aceite en la campaña 2021/2022 aumentó casi un 21%.

Cataluña fue en 2021 la comunidad que más exportó dentro del grupo agroalimentario. En concreto, se registró un incremento de las exportaciones agroalimentarias del orden del 12,6% hasta alcanzar un valor de 12.878 millones de euros, el 21,8% del total nacional.

Por último, la población media ocupada en el sector agrario se situaba a finales de 2021 en 59.100 personas, una cifra muy superior a la del año precedente, según los datos de la Encuesta de Población Activa.

## PESCA EN CATALUÑA

La flota pesquera catalana estaba compuesta en 2021 por 650 embarcaciones, lo que representa el 7,44% del total español. Su arqueo llegaba a 16.892 GT (5,17%) y su potencia a los 72.282 CV (9,39% del total nacional), mientras que su eslora total promedio de esta flota se sitúa en 13,78 metros. La antigüedad promedio de todas estas embarcaciones llega hasta los 33 años. En 2021, Cataluña tenía 30 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional.

En 2021, las capturas de la flota pesquera de Cataluña llegaron a 20.080,1 toneladas, por un valor de 95,9 millones de euros, según datos del gobierno regional. En relación con el año anterior se produjo una caída del 0,5% en volumen y un aumento del valor de 10,4%. Entre las que destacan el boquerón, la sardina y la gamba roja,

En esta comunidad autónoma 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.

Igualmente, las producciones acuícolas catalanas sumaron 9.318 toneladas, de las que 5.739 toneladas eran peces de mar y 3.579 moluscos (mejillones principalmente). Entre todas las producciones destacaron el mejillón y la trucha. Por otro lado, según

datos del INE, había en 2021 un total de 48 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	2020	2021
ACEITE DE OLIVA	31,4	37,9
ALCACHOFAS	11,4	6,5
ALMENDRAS CÁSCARA	25,8	23,2
ARROZ CÁSCARA	136	136,3
AVELLANA CÁSCARA	4,7	4,3
CALABACÍN	8,2	5,6
CEBADA	786,1	771,7
CEBOLLAS	36,1	38,2
CEREZAS	8,1	9,2
COLIFLORES	8,5	6,9
COLZA	27,4	19,5
JUDÍAS VERDES	6,3	4,3
LECHUGAS	20,3	18,7
MAÍZ	475,7	482,39
MANDARINAS-CLEMENTINAS	143	120
MANZANA DE MESA	235,1	272,9
MELOCOTONES	202,5	142,9
MELONES	5,4	4,7
NARANJAS	43,5	36,2
NECTARINAS	140,1	125,2
PATATAS	22,3	22
PEPINO	9,5	9,3
PERAS	138	118,6
SANDÍAS	7,6	7,7
TOMATES	42,7	37,5
TRIGO	432,8	533,4
VINOS (miles de hl.)	2390,4	3134,9
CARNE DE AVES	355	350,1
CARNE DE CAPRINO	0,44	0,36
CARNE DE CONEJO	10,9	8,9
CARNE DE EQUINO	0,51	0,4
CARNE DE CAPRINO	0,40	0,35
CARNE DE OVINO	15	14,8
CARNE DE PORCINO	1.995,2	2.081
CARNE DE VACUNO	125,3	132,4
LECHE DE CABRA	5,2	5,2
LECHE DE OVEJA	0,89	1
LECHE DE VACA	758,8	750,8
HUEVOS (Millones de docenas)	91,5	91,4

FUENTE: MAPA

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Cataluña es la segunda comunidad autónoma en número de habitantes –7.763.362, un 16,4% sobre el total nacional–. Barcelona cuenta con más del 70% de la población. Esta comunidad autónoma tiene una extensión de 32.140 km<sup>2</sup>. El gasto medio por persona de los consumidores catalanes está un 9,1% por encima de la media nacional.

Los locales especializados en la distribución de alimentación en Cataluña se cifran en 19.764 (un 18,8% sobre el total nacional); Barcelona tiene el 73,3%; Girona, el 11,2%; Tarragona, el 9,8%; y Lleida, el 5,7%. Cataluña cuenta con 4.284 supermercados y 78 hipermercados; estos 4.362 establecimientos ocupan 2.335.668 m<sup>2</sup> y suponen una densidad comercial de 300,9 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. Las actividades para la venta ambulante y en mercadillos suman 6.894, un 16,8% sobre el total nacional.

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CATALUÑA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CATALUÑA	89.857	19.764	2.578	998	708	78	6.894
CATALUÑA/ESPAÑA (%)	16,6	18,8	19,5	17,4	15,4	15,4	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	29.308	23,9
Industria cárnica	9.345	32,6
Industria de Pescado	184	2,9
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	1031	9,3
Aceites y Grasas	2.327	22,9
Productos Lácteos	933	9,6
Molinería y almidones	697	17,9
Panadería y pastas alimenticias	2.022	22,1
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	1.074	31,3
Café, Té e infusiones	1.519	59,7
Espicias, salsas y condimentos	64	4,9
Platos y comidas preparadas	1.235	47,1
Preparados alimenticios homogeneizados	366	35,9
Otros productos diversos	621	25,3
Productos alimentación animal	5.537	36
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	182	13,5
Vinos	1.395	18,7
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	288	7,5
Bebidas no alcohólicas	1.087	19

FUENTE: MAPA. Datos de 2019



### CATALUÑA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	556	15,6
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	48	7,9
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	121	8,3
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	201	11,9
Fabricación de productos lácteos	178	10,5
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	55	14,1
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	1.106	9,5
Fabricación de otros productos alimenticios	684	20,9
Fabricación de productos para alimentación animal	134	17,5
Fabricación de bebidas	776	15,1
<b>TOTAL</b>	<b>3.859</b>	<b>12,8</b>

FUENTE: INE.

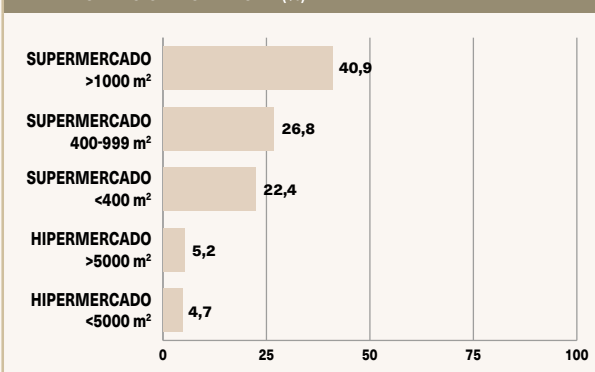
## CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2021, Cataluña registró un gasto per cápita en alimentación de 1.877,1 euros (un 16,6% superior a la media nacional). Carne (19,5%), pescado (13,0%), frutas frescas (9,7%), derivados lácteos (8,0%), hortalizas frescas (7,7%), pan (3,9%) y platos preparados (5,3%) 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 (43,7%), vino (49,1%), platos preparados (34,3%) y cafés e infusiones (36,8%), mientras que, por el contrario, gastan menos en leche (-12,0%).

En términos medios, durante el año 2021 cada persona en Cataluña consumió 146 huevos, 47,0 kilos de carne, 23,8 kilos de pescado, 59,7 litros de leche, 37,2 kilos de derivados lácteos, 28,2 kilos de pan, 12,0 litros de aceite, 20,1 litros de cerveza, 70,8 kilos de hortalizas frescas, 100,9 kilos de frutas frescas, 21,8 kilos de platos preparados, 92,1 litros de agua embotellada y 36,9 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CATALUÑA (%)

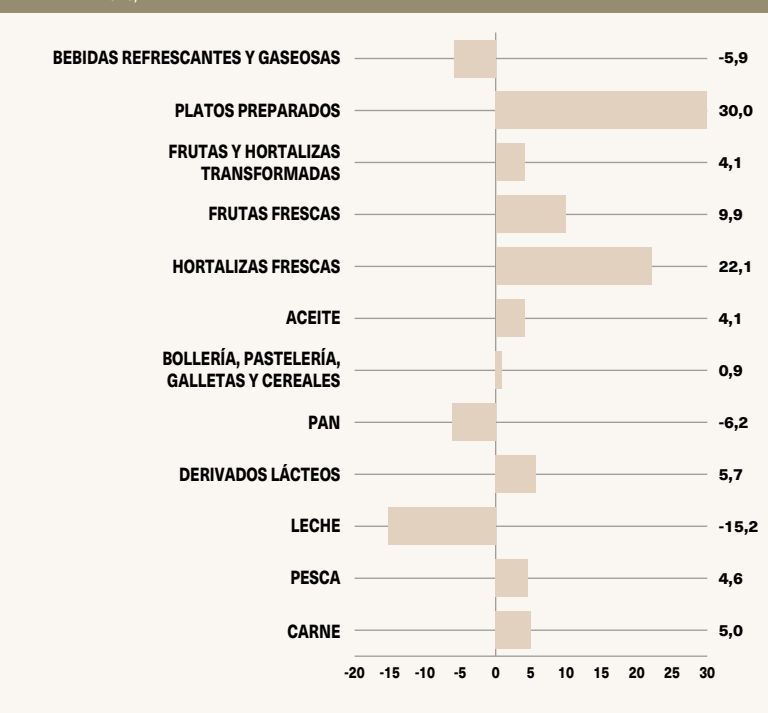


Tomando como referencia la media nacional, en Cataluña se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de platos preparados (30,0%), hortalizas frescas (22,1%), frutas frescas (9,9%), carne (5,0%) y frutas y hortalizas transformadas (4,1%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en leche (-15,2%), bebidas refrescantes y gaseosas (-5,9%) y pan (-6,2%).

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CATALUÑA (HOGARES), 2021

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	23,3	1,2	9,4
CARNE	365,8	19,5	14,1
PESCA	243,6	13,0	15,3
LECHE	43,1	2,3	-12,0
DERIVADOS LÁCTEOS	151,0	8,0	17,2
PAN	73,0	3,9	2,7
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	73,7	3,9	12,3
CHOCOLATES Y CACAOS	29,5	1,6	5,2
ACEITE	34,2	1,8	10,0
VINO	38,3	2,0	49,1
CERVEZAS	32,5	1,7	7,2
ZUMO Y NÉCTAR	9,9	0,5	19,3
PATATAS	32,2	1,7	13,6
HORTALIZAS FRESCAS	144,8	7,7	28,9
FRUTAS FRESCAS	181,3	9,7	15,7
FRUTOS SECOS	33,4	1,8	22,5
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	32,0	1,7	9,7
PLATOS PREPARADOS	100,2	5,3	34,3
CAFÉS E INFUSIONES	41,9	2,2	36,8
AGUA MINERAL	17,7	0,9	43,7
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	39,8	2,1	7,9
OTROS PRODUCTOS	136,1	7,2	22,5
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.877,1	100,0	16,6

DESVIACIÓN DE CATALUÑA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares cuentan con 44.565 locales –un 16,2% sobre el total nacional– y se dis-

tribuyen en un 69,4% para Barcelona, 12,5% para Girona, 12,2% 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	44.565	15.462	25.399	3.704	166.985
CATALUÑA/ESPAÑA (%)	16,2	19,2	14,5	19,5	15,7

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).

### CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CATALUÑA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
26 litros de agua mineral	11 litros de leche líquida
13 kilos de hortalizas frescas	3 litros de leche desnatada
9 kilos de frutas frescas	3 litros de leche semidesnatada
5 kilos de platos preparados	2 kilos de pan
6 unidades de huevos	2 litros de cerveza
3 litros de vino y derivados	2 litros bebidas refrescantes
2 kilos de carne fresca	
1 litro 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 GEOGRÀFICAS  
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 GEOGRÀFICAS

## BEBIDAS ESPIRITUOSAS

RATAFIÀ CATALANA \*  
 BRANDY DEL PENEDES \*

## PRODUCCIÓ 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  
 ECOLÓGICA

MARCA DE CALIDAD  
ALIMENTARIA

## MARCA «Q»

BOMBONES DE CHOCOLATE  
 CAPÓN  
 CERDO  
 CONEJO  
 CORDERO  
 GALLETAS  
 PESCADO AZUL  
 POLLO  
 QUESO  
 TERNERA  
 TURRONES DE PRALINÉ Y  
 TRUFADOS DE CHOCOLATE

DENOMINACIONES DE ORIGEN  
PROTEGIDAS

## ACEITES

LES GARRIGUES \*  
 SIURANA \*  
 OLI DE TERRA ALTA \*  
 (ACEITE DE TERRA ALTA)  
 OLI DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ \*  
 (ACEITE DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ)



OLI DE L'EMPORDÀ \*  
 (ACEITE DEL EMPORDÀ)

## ARROCES

ARRÒS DEL DELTA DE L'EBRE \*  
 (ARROZ DEL DELTA DEL EBRO)

## FRUTAS

PERA DE LLEIDA \*

## FRUTOS SECOS

AVELLANA DE REUS \*

## QUESOS

FORMATGE DE L'ALT URGELL I LA Cerdanya \*  
 (QUESO DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

## PRODUCTOS LÁCTEOS

MANTEGA DE L'ALT URGELL I LA Cerdanya \*  
 (MANTEQUILLA DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

## LEGUMBRES

MONGETA DEL GANXET \*  
 FESOLS DE SANTA PAU \*

ESPECIALIDAD TRADICIONAL  
GARANTIZADA

PANELLETS \*  
 JAMÓN SERRANO \*

\* Denominación en tramitación / \*\* Denominación compartida con otras 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 2021 a 308 millones de euros, de los que 160 millones correspondieron a las producciones vegetales y 140 millones a las producciones ganaderas. El resto de la PFA (8 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 137 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, la de carne de vacuno y la de porcino.

En 2021, la producción de carne de vacuno de la Comunidad de Madrid llegó a 42.300 toneladas (20,5% más que el año anterior). 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% del total nacional.

Por su lado, la producción de carne de porcino creció tras dos años de descensos (8,2% hasta 46.000 toneladas), lo que unido a la subida general de precios, hizo posible que el valor generado también por este subsec-

tor fuera mejor que el de 2020. Por el contrario, aunque son más minoritarias, descendieron la producciones de carne de aves (4,8%) y caprino (10%), pero no así la carne de ovino que superó las 1.300 toneladas.

Dentro de la PFG tiene mucha importancia la producción de leche. En 2021 aumentó ligeramente (0,1%) la producción de leche de vaca, hasta las 62.350 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 12.600 toneladas de leche de oveja (0,8% más que en 2020) y 7.220 toneladas de leche de cabra (3% más). 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 del maíz.

Las hortalizas tuvieron un año muy desigual. Entre todas las producciones hortícolas destacaron la cebollas, los melones y los pepinos, aunque su producción descendió drásticamente ese año.

Por su lado, la producción de vino se redujo un 23% hasta los 55.900 hectolitros, de los que más de la mi-

## DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN MADRID

(Millones de Euros)		
Subsectores	MADRID Cifra de Negocio	% MADRID/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	6.801	5,4
Industria cárnica	1.686	5,9
Industria de Pescado	128	2
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	968	8,8
Aceites y Grasas	88	0,9
Productos Lácteos	485	5
Molinería y almidones	26	0,7
Panadería y pastas alimenticias	797	8,7
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	64	1,9
Café, Té e infusiones	49	1,9
Espicias, salsas y condimentos	22	1,7
Platos y comidas preparadas	104	4
Preparados alimenticios homogenizados	129	12,7
Otros productos alimenticios	131	5,3
Productos alimentación animal	620	4
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	9	0,7
Vinos	186	2,5
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	1.301	33,8
Bebidas no alcohólicas	7	0,1

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

tad fueron amparados por la Denominación de Origen Protegida 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 2021/2022, la producción de aceite rondó las 2.990 toneladas.

En 2021 volvieron a subir las exportaciones agroalimentarias de Madrid, manteniendo constante el crecimiento que iniciaron hace ya varios años. Se alcanzó un valor de 2.051 millones de euros, con un crecimiento del 12,5% respecto al año anterior.

Finalmente, según la Encuesta de Población Activa, a finales de 2021 había en la Comunidad de Madrid 6.500 personas ocupadas en el sector primario, cifra muy superior a la de un año antes.

## MADRID. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	194	5,5
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	42	6,9
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	62	4,3
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	55	3,3
Fabricación de productos lácteos	73	4,3
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	12	3,1
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	609	5,2
Fabricación de otros productos alimenticios	353	10,8
Fabricación de productos para alimentación animal	45	5,9
Fabricación de bebidas	247	4,8
<b>TOTAL</b>	<b>1.692</b>	<b>5,6</b>

FUENTE: INE.

## PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2020	2021
ACEITE DE OLIVA	5,4	2,99
AJO	8,7	12,2
AVENA	10	18,5
CEBADA	129,5	154,7
CEBOLLAS	49,5	43,8
MAÍZ	57	53,1
MELÓN	5,9	6,8
PATATAS	38,2	29
PEPINO	13,8	5,4
PIMIENTO	0,4	0,6
TRIGO	51,8	53,2
VINOS (miles de hl.)	72,6	55,9
CARNE DE AVES	52,4	49,9
CARNE DE CAPRINO	0,10	0,09
CARNE DE OVINO	1,1	1,3
CARNE DE PORCINO	42,5	46
CARNE DE VACUNO	35,1	42,3
LECHE DE CABRA	7	7,22
LECHE DE OVEJA	12,5	12,6
LECHE DE VACA	62,3	62,35
HUEVOS (Millones de docenas)	20,9	20,9

FUENTE: MAPA

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Madrid es la tercera comunidad española en población y los 6.751.251 habitantes que tiene representan un 14,2% del total nacional. Existe una elevada densidad de habitantes por km<sup>2</sup>, aproximadamente, unos 842. 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 15 puntos.

En esta comunidad autónoma se alcanzan 11.363 establecimientos relacionados con la distribución de alimentación. Los supermercados e hipermercados suman 2.210 establecimientos que suponen 1.645.475 m<sup>2</sup>; con ello, la densidad comercial llega a los 243,7 m<sup>2</sup> por cada 1.000 habitantes –resulta ser la menor a nivel nacional-. Las actividades para venta ambulante y en mercadillos se cifran en 2.886, un 7,0% sobre el conjunto de España.

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN MADRID

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
MADRID	62.991	11.363	993	603	557	57	2.886
MADRID/ESPAÑA (%)	11,6	10,8	7,5	10,5	12,1	11,3	7,0

## CONSUMO ALIMENTARIO

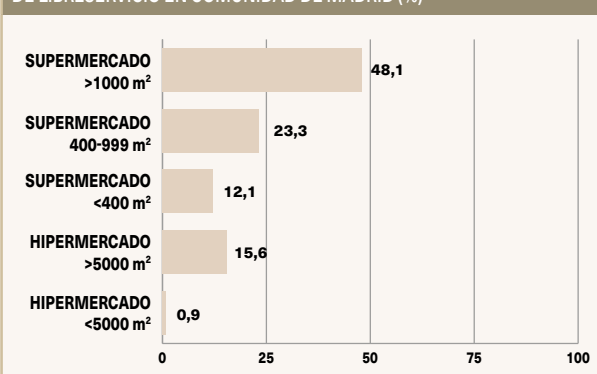
Durante el año 2021, la Comunidad de Madrid registró un gasto per cápita en alimentación de 1.555,3 euros (un -3,4% inferior a la media nacional). Carne (20,8%), pescado (13,3%), frutas frescas (9,9%), derivados lácteos (7,6%), hortalizas frescas (6,6%), platos preparados (5,1%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,5%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de la Comunidad de Madrid cuentan con un gasto superior en platos preparados (6,4%), cervezas (8,8%), leche (4,5%), bollería, pastelería, galletas y cereales (5,8%), frutas y hortalizas transformadas (5,5%), y carne (1,0%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-61,9%), pan (-18,1%), patatas (-7,9%), chocolates y cacao (-14,7%) y pesca (-2,4%)

En términos medios, durante el año 2021 cada persona en la Comunidad de Madrid consumió 138 huevos, 43,2 kilos de carne, 21,7 kilos de pescado, 74,4 litros de leche, 31,8 kilos de derivados lácteos, 25,4 kilos de pan, 9,6 litros de aceite, 22,6 litros de cerveza, 54,0 kilos de hortalizas frescas, 91,1 kilos de frutas frescas, 17,8 kilos de platos preparados, 21,2 litros de agua embotellada y 37,7 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en la Comunidad de Madrid se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de platos preparados (6,0%), frutas y hortalizas transformadas (7,4%), bollería, pastelería, galletas y cereales (6,9%) y leche (5,7%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pan

### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN COMUNIDAD DE MADRID (%)

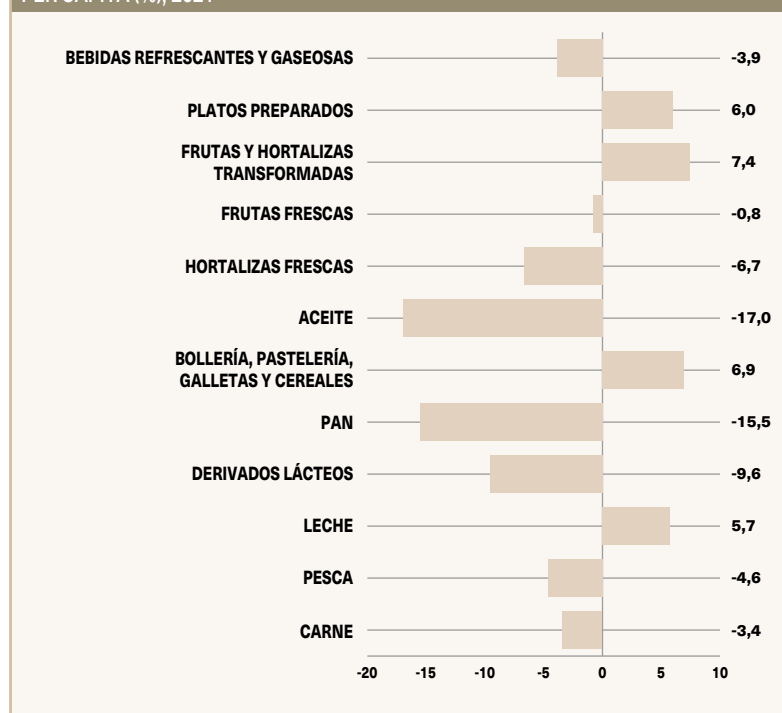




## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN MADRID (HOGARES), 2021

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,1	1,3	-5,7
CARNE	323,8	20,8	1,0
PESCA	206,1	13,3	-2,4
LECHE	51,1	3,3	4,5
DERIVADOS LÁCTEOS	118,4	7,6	-8,1
PAN	58,2	3,7	-18,1
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	69,4	4,5	5,8
CHOCOLATES Y CACAOS	23,9	1,5	-14,7
ACEITE	27,4	1,8	-11,6
VINO	21,1	1,4	-18,0
CERVEZAS	33,0	2,1	8,8
ZUMO Y NÉCTAR	8,1	0,5	-2,2
PATATAS	26,1	1,7	-7,9
HORTALIZAS FRESCAS	103,1	6,6	-8,3
FRUTAS FRESCAS	154,1	9,9	-1,7
FRUTOS SECOS	26,6	1,7	-2,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	30,8	2,0	5,5
PLATOS PREPARADOS	79,4	5,1	6,4
CAFÉS E INFUSIONES	28,0	1,8	-8,6
AGUA MINERAL	4,7	0,3	-61,9
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	36,7	2,4	-0,4
OTROS PRODUCTOS	105,1	6,8	-5,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.555,3	100,0	-3,4

## DESVIACIÓN DE MADRID CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



(-15,5%), aceite (-17,0%), derivados lácteos (-9,6%), hortalizas frescas (-6,7%), pesca (-4,6%), carne (-3,4%) y frutas frescas (-0,8%).



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN MADRID EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
4 litros de leche líquida	45 litros de agua mineral
4 litros de leche envasada	2 unidades de huevos
1 kilos de platos preparados	5 kilos de pan
1 kilos de carne de vacuno	2 kilos de patatas
1 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	3 kilos de derivados lácteos
1 litro de cervezas	4 kilos de hortalizas frescas
1 kilos de frutas y hortalizas transformadas	1 kilo de frutas frescas
	2 litros de aceite
	1 kilos de carne de cerdo
	1 litro de vino y derivados
	1 kilo de yogur
	2 litros de bebidas refrescantes y gaseosas
	1 kilo de harinas y sémolas

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN MADRID

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
MADRID	31.117	9.763	18.388	2.966	90.357
MADRID/ESPAÑA (%)	11,3	12,1	10,5	15,6	8,5

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Hay 31.117 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

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

## CARNES

CARNE DE LA SIERRA DE GUADARRAMA \*

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS

## BEBIDAS ESPIRITUOSAS

CHINCHÓN

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID



## DENOMINACIONES DE CALIDAD

## ACEITUNAS DE MESA

ACEITUNAS DE CAMPO REAL

## MARCA DE GARANTÍA

ACEITE DE MADRID

HUERTA DE VILLA DEL PRADO

M PRODUCTO CERTIFICADO

## ALIMENTOS TRADICIONALES DE LA COMUNIDAD DE MADRID

AJO BLANCO DE CHINCHÓN

ESPÁRRAGOS DE ARANJUEZ

HORTALIZAS DE MADRID

HUEVOS DE MADRID

LECHE PASTEURIZADA DE MADRID

LEGUMBRES SECAS: GARBANZOS Y LENTEJAS DE MADRID

MIEL DE LA SIERRA DE MADRID

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 2021 a 3.607 millones de euros, de los que la Producción Final Vegetal aportó 2.807 millones y la Producción Final Ganadera cerca de 707 millones. El resto de la PFA (91,9 millones) procedió de las aportaciones del grupo "otros servicios" y de "otras producciones agrarias". Finalmente, la Renta Agraria se situó en unos 1.789,6 millones de euros, un 4,5% menos que 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 PFA incrementó su valor un 2,8% como consecuencia de la subida de los precios (4,55%), pues el volumen producido fue menor en cantidad (2,36%)

Dentro de la PFA, tuvo mejor comportamiento la producción vegetal que la ganadera. En el primer caso se produjo un incremento del 3,8% en el valor generado, como resultado de una subida de precios del 5% que contrarrestó la caída en el volumen producido (1,13%).

En el caso de la ganadería, bajó el volumen de la producción total (7,27%), pero los precios subieron un 2,9% y finalmente el valor de subsector se redujo un 4,5% a efectos de calcular la renta agraria regional.

El valor generado por el subsector de las frutas en 2021 sumó 1.520 millones de euros, el 42% de la PFA.



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2020	2021
ACEITE DE OLIVA	27,1	22,16
ALBARICOQUE	18,5	12,1
ALCACHOFAS	60,8	74
ALMENDRAS CÁSCARA	29,6	32,3
APIO	19,8	18,4
ARROZ CÁSCARA	114,8	116,9
BERENJENA	12,7	12,4
BRÓCOLI	66,7	67,4
CALABACÍN	21,2	18,6
CALABAZA	40,2	37,5
CEBADA	39,8	41,2
CEBOLLAS	66,7	92,8
CIRUELA	12,7	11,7
COL-REPOLLO	38,1	46,9
COLIFLORES	37,5	36
LECHUGAS	68,4	67,1
LIMONES	304,2	245,9
MAÍZ	3,2	3,18
MANDARINAS.CLEMENTINAS	1.557	1.302
MELOCOTONES	18,8	18,9
MELONES	38,6	47,6
NARANJAS	1.595,8	1.437,6
PATATAS	61,3	78
PIMIENTOS	69,8	68,8
POMELO	18,9	16,8
SANDÍAS	75,1	71,2
TOMATES	68,5	68,3
TRIGO	13,7	15,6
UVAS DE MESA	111,6	99,6
VINOS (miles de hl.)	2.336,7	2.035
ZANAHORIAS	8,8	9,4
CARNE DE AVES	198,7	162,9
CARNE DE CONEJO	3,55	3,32
CARNE DE OVINO	7,8	7,8
CARNE DE PORCINO	126,9	127,6
CARNE DE VACUNO	79,3	87,4
LECHE DE CABRA	10,4	10,2
LECHE DE OVEJA	2,5	2
LECHE DE VACA	82,7	81,2
HUEVOS (Millones de docenas)	116,2	116,1

FUENTE: MAPA

De ese valor total, los cítricos aportaron 1.142,4 millones de euros y el resto de las frutas 377,7 millones de euros.

Por detrás de las frutas en cuanto a su aportación se situó el subsector de las hortalizas, que en 2021 aportó a la renta 441.840 euros. En comparación con el año anterior, se produjo una subida del valor de 6,8% y del 4,67% en volumen. Por su lado, las flores y plantas aportaron a la renta 350.490 euros y las plantaciones 252.650 euros.

El sector de los cereales saldó el año con muy buenos resultados por el aumento del volumen producido y también de los precios. El valor generado por este subsector rondó los 67 millones de euros, de los cuales 46 millones correspondieron al arroz.

Respecto a las producciones animales, en 2021 se registró una caída en el valor generado por el sector cárnico (4,5%), debido a la reducción del volumen producido (7,27%). El valor total de la producción de carne y ganado ascendió a 555.660 euros, de los cuales el porcino aportó 290.800 euros, un 12% menos que un año antes.

La otra gran producción cárnica a efectos de la renta es la avicultura, que en 2021 generó un valor superior a los 185.000 euros (0,4% menos).

En sentido contrario, aumentó en valor la aportación del sector de la carne de vacuno, así como también las del sector de los huevos (7,44% más) y la leche (7,7%).

Las exportaciones agroalimentarias de la Comunidad Valenciana alcanzaron en 2021 un valor de 7.825,4 millones de euros (13% más que un año antes). Con respecto al total nacional, las exportaciones representaron el 24% y colocaron a esta comunidad como la tercera en el ranking nacional.

Finalmente, los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) situaban la media de personas ocupadas en el sector agrario en 2021 en 51.500 personas, 2.000 más que los que había en el año precedente.

## PESCA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

La flota pesquera de la Comunidad Valenciana estaba formada en 2021 por 535 embarcaciones (6,13% del total español), con un arqueo de 17.969 GT (5,5%), una potencia de 63.943 CV (8,31%) y una eslora promedio de 15,23 metros. La antigüedad media de esta flota es de 28 años. En 2021, la Comunidad Valenciana tenía 22 cofradías de pescadores integradas en la Federación

### 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	10.426	8,2
Industria cárnica	1.802	6,3
Industria de Pescado	341	5,3
Prep./Conservas frutas y hortalizas	1841	16,7
Aceites y Grasas	124	1,2
Productos Lácteos	673	6,9
Molinería y almidones	1030	26,5
Panadería y pastas alimenticias	1.210	13,2
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	658	19,2
Café, Té e infusiones	164	6,4
Especias, salsas y condimentos	259	19,8
Platos y comidas preparadas	134	5,1
Preparados alimenticios homogeneizados	48	4,7
Otros productos alimenticios	244	9,9
Productos alimentación animal	314	2
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	27	2
Vinos	396	5,3
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	261	6,8
Bebidas no alcohólicas	895	15,7

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

Nacional y 22 puertos base. Las capturas pesqueras desembarcadas en los puertos alcanzaron un valor de 88,9 millones de euros (0,3% menos que en 2020) y un volumen de 17.886 toneladas (un 16% menos, según datos del gobierno regional). Los puertos de Alicante comercializaron el 53% de toda la producción, pero individualmente el puerto de Castellón fue el que más pesca desembarcó.

Por el volumen desembarcado destacan el boquerón, la sardina y los salmonetes. Atendiendo a su valor, las principales especies fueron el boquerón, la gamba blanca y los salmonetes. Por otro lado, las producciones acuícolas alcanzan un volumen de 14.000 toneladas. Casi el 50% de la producción regional fue dorada, seguida de corvina y lubina. No obstante, también se produjeron ostras y mejillones. Finalmente, había en 2021 un total de 70 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, según datos del INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La Comunidad Valenciana cuenta con 5.058.138 habitantes y 23.254 km<sup>2</sup> 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 2,7% por debajo de la media nacional.

Esta comunidad autónoma tiene 10.565 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación. Valencia cuenta con el 46,1%; Alicante, con el 41,4%; y Castellón, el 12,5%. En la Comunidad Valenciana hay 2.115 supermercados y 52 hipermercados –estos 2.167 establecimientos generan una densidad comercial de 348,0 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes–. Las actividades de venta ambulante y mercadillos alcanzan 6.401 (un 15,6% sobre el total nacional).

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
C. VALENCIANA	59.875	10.565	867	525	723	52	6.401
C. VALENCIANA/ ESPAÑA (%)	11,1	10,0	6,6	9,2	15,7	10,3	15,6

### COMUNIDAD VALENCIANA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

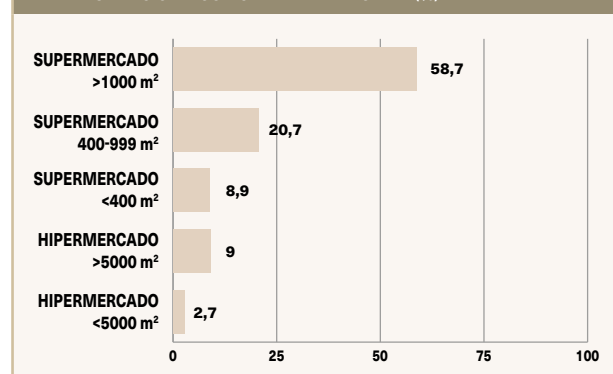
Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	206	5,8
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	67	11
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	142	9,8
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	133	7,9
Fabricación de productos lácteos	77	4,5
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	44	11,3
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	1.180	10,1
Fabricación de otros productos alimenticios	355	10,8
Fabricación de productos para alimentación animal	24	3,1
Fabricación de bebidas	306	5,9
TOTAL	2.534	8,4

FUENTE: INE.

## CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2021, la Comunidad Valenciana registró un gasto per cápita en alimentación de 1.530,1 euros (un -5,0% inferior a la media nacional). Carne (20,2%), pescado (12,4%), derivados lácteos (8,1%), frutas frescas (9,0%), hortalizas frescas (7,4%), pan (4,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,1%) 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 (29,0%), frutos secos (5,8%), cafés e infusiones (6,4%) y zumos y néctares (3,0%) mientras que, por el contrario, gastan menos en aceite (-26,7%), vino (-7,4%), chocolates y cacao (-15,6%), leche (-13,0%), frutas y hortalizas transformadas (-8,2%), frutas frescas (-12,5%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-12,2%).

En términos medios, durante el año 2021 cada persona en la Comunidad Valenciana consumió 140 huevos, 45,2 kilos de carne, 20,8 kilos de pescado, 61,5 litros de leche, 32,4 kilos de derivados lácteos, 28,7 kilos de pan, 9,1 litros de aceite, 23,9 litros de cerveza, 58,6 kilos de hortalizas frescas, 83,0 kilos de frutas frescas, 16,7 kilos de platos preparados, 89,6 litros de agua embotellada y 35,9 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

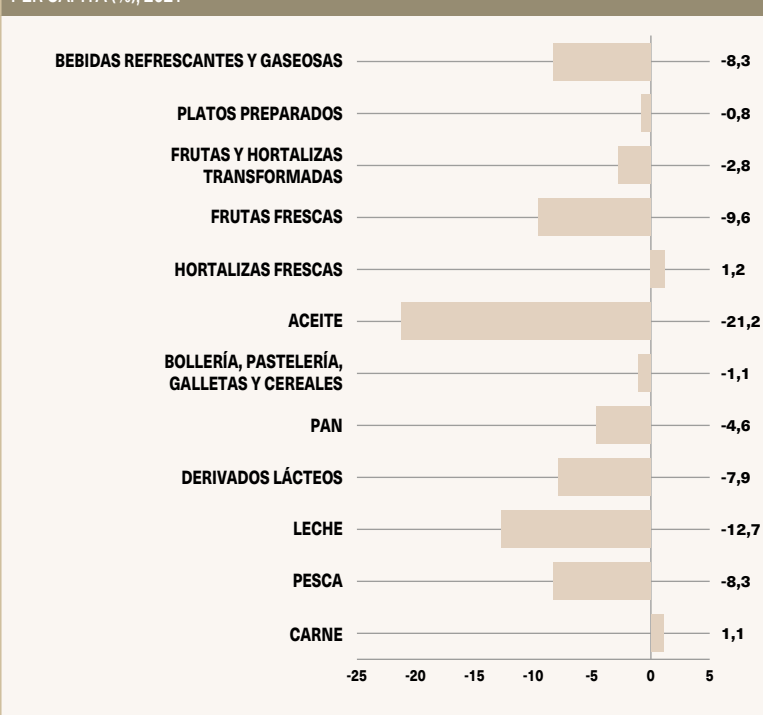
## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (HOGARES), 2021

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,2	1,3	-5,2
CARNE	308,7	20,2	-3,7
PESCA	190,0	12,4	-10,1
LECHE	42,6	2,8	-13,0
DERIVADOS LÁCTEOS	124,0	8,1	-3,8
PAN	69,2	4,5	-2,6
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	63,2	4,1	-3,7
CHOCOLATES Y CACAOS	23,7	1,5	-15,6
ACEITE	22,7	1,5	-26,7
VINO	23,8	1,6	-7,4
CERVEZAS	30,6	2,0	0,7
ZUMO Y NÉCTAR	8,5	0,6	3,0
PATATAS	27,5	1,8	-3,0
HORTALIZAS FRESCAS	113,0	7,4	0,6
FRUTAS FRESCAS	137,2	9,0	-12,5
FRUTOS SECOS	28,9	1,9	5,8
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,8	1,7	-8,2
PLATOS PREPARADOS	74,1	4,8	-0,6
CAFÉS E INFUSIONES	32,6	2,1	6,4
AGUA MINERAL	15,9	1,0	29,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	32,4	2,1	-12,2
OTROS PRODUCTOS	114,8	7,5	3,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.530,1	100,0	-5,0

Tomando como referencia la media nacional, en la Comunidad Valenciana se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de hortalizas frescas (1,2%) y carne (1,1%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-21,2%), frutas frescas (-9,6%), leche (-12,7%), bebidas refrescantes y gaseosas (-8,3%) y pescado (-8,3%).



## DESVIACIÓN DE C.VALENCIANA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021	
CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
24 litros de agua mineral	9 kilos de frutas frescas
1 kilos de hortalizas frescas	9 litros de leche líquida
2 kilos de carne fresca	9 litros de leche envasada
1 kilos de carne de pollo	3 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
1 kilos de arroz	2 kilos de pescado fresco
2 litros de cerveza	3 litros de leches fermentadas
1 kilo de helados y tartas	2 litros de aceite de oliva
	3 kilo de derivados lácteos
	2 kilos de yogurt
	1 litro de vino y derivados

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 32.638 –un 11,9% sobre el conjunto de España, tercera comunidad autónoma con una participación más elevada– y se distribuyen en un 44,5%

para Valencia, un 43,9% para Alicante y un 11,6% para Castellón. La Comunidad Valenciana ocupa los primeros lugares a nivel nacional en equipamiento de restaurantes, bares y hoteles. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA					
	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
COMUNIDAD VALENCIANA	32.638	11.034	19.110	2.494	89.754
COMUNIDAD VALENCIANA/ESPAÑA (%)	11,9	13,7	10,9	13,1	8,5

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).





## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN

## VINOS

ALICANTE \*

CAVA \*\*/ \*

UTIEL-REQUENA \*

VALENCIA \*

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## FRUTAS

KAKI DE LA RIBERA DEL XUQUER \*

NÍSPEROS DE CALLOSA D EN SARRIÀ \*

UVA DE MESA EMBOLSADA VINALOPÓ \*

GRANADA MOLLAR DE ELCHE \*

## HORTALIZAS

ALCACHOFA DE BENICARLÓ \*

CHUFA DE VALENCIA \*

## ARROCES

ARROZ DE VALENCIA \*

## ACEITES

ACEITE DE LA COMUNITAT VALENCIANA \*

## VINO DE PAGO

EL TERRERAZO \*

PAGO DE LOS BALAGUESES \*

PAGO CHOZAS CARRASCAL \*



PAGO VERA DE ESTENAS \*

PAGO DE THARSYS \*

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

## TURRÓN, BOLLERÍA, DULCES

JIJONA \*

TURRÓN DE ALICANTE \*

## FRUTAS

CEREZAS DE LA MONTAÑA DE ALICANTE \*

CÍTRICOS VALENCIANOS \*

## EMBUTIDOS

EMBUTIDO DE REQUENA: \*

LONGANIZA

MORCILLA

## VINOS

CASTELLÓ

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS

## BEBIDAS ESPIRITUOSAS TRADICIONALES DE ALICANTE

ANÍS PALOMA DE MONFORTE DEL CID \*

APERITIVO-CAFÉ DE ALCOY \*

CANTUESO ALICANTINO \*

HERBERO DE LA SIERRA DE MARIOLA \*

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

## MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

ALAJÚ

AJO TIERNO

BOTIFARRA DE 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

MORCILETA 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

**E**l valor estimado de la Producción Final Agraria (PFA) extremeña en 2021 se aproximó a 3.028 millones de euros, de que la Producción Final Vegetal (PFV) aportó 1.528 millones y la Producción Final Ganadera (PFG) otros 1.386 millones de euros. A estas partidas se sumaron las aportaciones de los servicios y de otras producciones, que sumaron 114 millones de euros.

Una vez considerados los costes de producción, las amortizaciones y las subvenciones que no estén vinculadas a los productos agrarios, se generó una Renta Agraria de 1.770 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, frutas, hortalizas, cereales y aceite de oliva.

Dentro de las frutas sobresalen 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 muy bueno para la frutas de hueso, entre las que también se incluyen el albaricoque, el melocotón y la nectarina. Por el contrario, la

producción de higos –también muy emblemática- fue menor.

En el grupo de las hortalizas, el tomate lidera el ranking regional de producción. La cosecha fue buena (24,4% más) y lo mismo sucedió con el pimiento. También son importantes en la región las producciones de sandía y de melón.

Los cereales de siembras de otoño tuvieron una cosecha mala, con descensos del 9% en trigo y del 20% en cebada. No obstante, la cosecha de maíz, que es la más importante, se incrementó un 4,7%.

Por tercer año consecutivo, en el sector del vino se produjo un retroceso importante de la producción, con 2,4 millones de hectolitros, un 10,6% menos. Con respecto al olivar, es especialmente relevante la cosecha de aceituna de mesa. La campaña 2021/22 se saldó con una mayor producción y lo mismo sucedió con el aceite de oliva.

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 producción de carne de porcino, la que más aporta a la renta, se desplomó y lo

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2020	2021
ACEITE DE OLIVA	44,6	103,5
ACEITUNAS DE MESA	80,2	141,6
ARROZ CÁSCARA	151,6	154
BRÓCOLI	68,3	54,5
CEBADA	157,14	126,4
CEBOLLAS	3,1	1,8
CEREZAS	22	43,6
CIRUELAS	77,6	101,1
GIRASOL	12,8	10,4
HIGO	37,3	33
MAÍZ	546,2	572
MELOCOTÓN	47	46,4
MELÓN	15,2	17,5
NECTARINA	58,4	67,5
PATATA	33	30
PIMIENTOS	30	51
SANDÍAS	15,2	12
TOMATE	1782,6	2218,3
TRIGO	226,6	206,4
VINOS (miles de hl.)	2707,1	2434,8
CARNE DE PORCINO	74,6	70,6
CARNE DE VACUNO	32,2	39,8
CARNE DE OVINO	2,9	3,6
CARNE DE AVES	79,5	74,9
CARNE DE CAPRINO	0,06	0,06
LECHE DE OVEJA	10,9	10,95
LECHE DE VACA	26,6	22,1
LECHE DE CABRA	38,6	38,2
HUEVOS (Millones de docenas)	30,1	30

FUENTE: MAPA

mismo sucedió con las aves. En el lado positivo se situaron el vacuno y el ovino, cuya producción es menos representativa.

Respecto al sector lácteo, se redujo un 17% la producción de leche de vaca y un 1% la de cabra, mientras que se incrementó un 0,5% la de oveja.

El valor de las ventas agroalimentarias exteriores de Extremadura fue de 1.166,8 millones de euros, un 9,6% más que en el año anterior

Por su parte, según los datos de Encuesta de Población Activa, a finales de 2021, había 42.100 personas ocupadas en el sector agrario, cifra muy superior a la de un año antes. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EXTREMADURA		
(Millones de Euros)		
Subsectores	EXTREMADURA	%EXTREMADURA/ESPAÑA
	Cifra de Negocio	Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	3.070	2,4
Industria cárnica	732	2,6
Industria de Pescado	13	0,2
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	765	6,9
Aceites y Grasas	368	3,6
Productos Lácteos	37	0,4
Molinería y almidones	103	2,7
Panadería y pastas alimenticias	60	0,7
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	29	0,8
Café, Té e infusiones	S/D	S/D
Especias, salsas y condimentos	195	14,9
Platos y comidas preparadas	1	0
Preparados alimenticios homogeneizados	0	0
Otros productos alimenticios	29	1,2
Productos alimentación animal	430	2,8
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	S/D	S/D
Vinos	247	3,3
Sidra y otras bebidas fermentadas	0	0
Cerveza y malta	S/D	S/D
Bebidas no alcohólicas	53	0,9

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

EXTREMADURA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	225	6,3
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	6	1
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	108	7,4
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	115	6,8
Fabricación de productos lácteos	92	5,4
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	21	5,4
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	502	4,3
Fabricación de otros productos alimenticios	83	2,5
Fabricación de productos para alimentación animal	66	8,6
Fabricación de bebidas	140	2,7
TOTAL	1358	4,5

FUENTE: INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Extremadura tiene 1.059.501 habitantes y una extensión de 41.634 km<sup>2</sup>. La provincia de Badajoz concentra más del 60% de la población. El poder de compra de los consumidores extremeños, tomando como referencia el gasto medio por persona, es inferior a la media nacional en 12,5 puntos.

En Extremadura se contabilizan 2.627 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación. Badajoz cuenta con un 62,2% mientras que Cáceres tiene el 37,8% restante. Hay instalados 961 supermercados y 11 hipermercados, que ocupan en conjunto un total de 333.332 m<sup>2</sup> y generan una densidad comercial de 314,6 m<sup>2</sup> por cada 1.000 habitantes. Hay 1.395 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 <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
EXTREMADURA	14.035	2.627	754	132	75	11	1.395
EXTREMADURA/ ESPAÑA (%)	2,6	2,5	5,7	2,3	1,6	2,2	3,4

### EXTREMADURA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

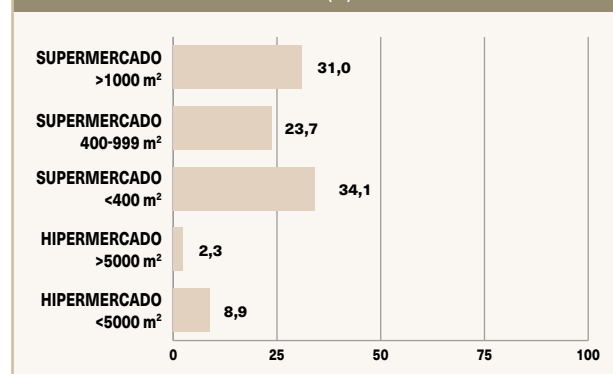
Subsectores	2020	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	229	6,3
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	6	1
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	103	7,1
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	117	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 2021, Extremadura registró un gasto per cápita en alimentación de 1.298,1 euros (un -19,4% inferior a la media nacional). Carne (19,4%), pescado (12,2%), frutas frescas (9,4%), derivados lácteos (8,7%), hortalizas frescas (7,3%), pan (4,5%) y leche (4,3%) 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 (13,1%) mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-49,5%), cafés e infusiones (-32,1%), zumos y néctares (-29,8%), platos preparados (-20,6%), agua mineral (-31,9%), huevos (-26,8%) o aceite (-24,1%).

En términos medios, durante el año 2021 cada persona en Extremadura consumió 111 huevos, 38,0 kilos de carne, 18,7 kilos de pescado, 84,1 litros de leche, 34,9 kilos de derivados lácteos, 26,4 kilos de pan, 9,3 litros de aceite, 21,1 litros de cerveza, 51,4 kilos de hortalizas frescas, 76,9 kilos de frutas frescas, 15,2 kilos de platos preparados, 54,0 litros de agua embotellada y 37,8 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Extremadura se consume, en términos per cápita,

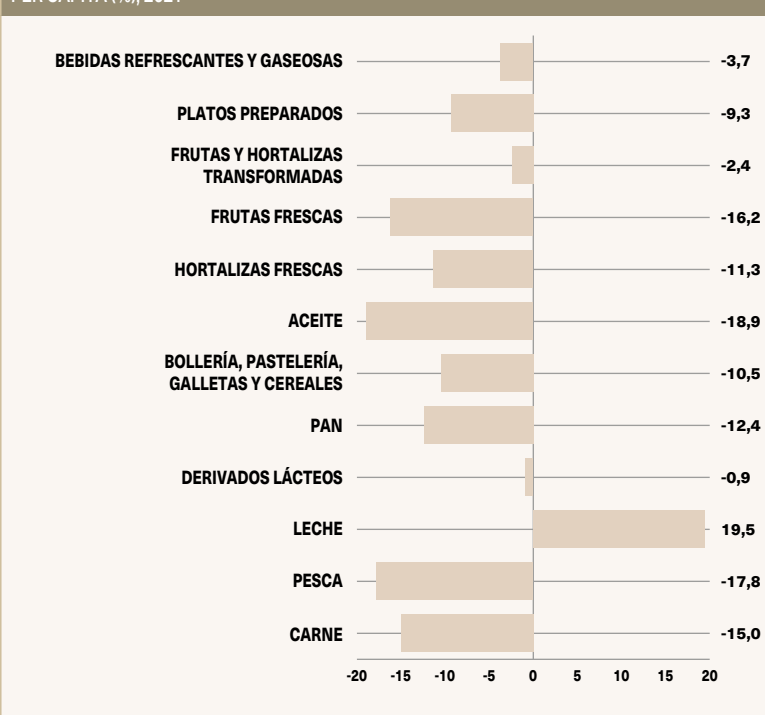
## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN EXTREMADURA (HOGARES), 2021

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	15,6	1,2	-26,8
CARNE	252,1	19,4	-21,4
PESCA	158,0	12,2	-25,2
LECHE	55,3	4,3	13,1
DERIVADOS LÁCTEOS	112,9	8,7	-12,4
PAN	58,3	4,5	-17,9
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	52,7	4,1	-19,7
CHOCOLATES Y CACAOS	25,3	1,9	-9,9
ACEITE	23,6	1,8	-24,1
VINO	13,0	1,0	-49,5
CERVEZAS	26,7	2,1	-11,9
ZUMO Y NÉCTAR	5,8	0,4	-29,8
PATATAS	24,4	1,9	-13,8
HORTALIZAS FRESCAS	94,8	7,3	-15,6
FRUTAS FRESCAS	121,6	9,4	-22,4
FRUTOS SECOS	21,5	1,7	-21,1
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,3	2,0	-13,1
PLATOS PREPARADOS	59,3	4,6	-20,6
CAFÉS E INFUSIONES	20,8	1,6	-32,1
AGUA MINERAL	8,4	0,6	-31,9
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	31,6	2,4	-14,3
OTROS PRODUCTOS	91,1	7,0	-17,9
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.298,1	100,0	-19,4

una mayor cantidad de leche (19,5%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-18,9%), pescado (-17,8%), carne (-15,0%), platos preparados (-9,3%), pan (-12,4%), bollería, pastelería y cereales (-10,5%) y gaseosas y bebidas refrescantes (-3,7%).



## DESVIACIÓN DE EXTREMADURA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EXTREMADURA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
7 litros de leche semidesnatada	29 unidades de huevos
14 litros de leche líquida	7 kilos de carne
3 kilos queso fresco	12 litros de agua mineral
	1 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
	15 kilos de frutas frescas
	3 litros de vino y derivados
	3 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 2,2% del total nacional, de

los que el 58,3% está en Badajoz y el 41,7% restante en Cáceres. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN EXTREMADURA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
EXTREMADURA	5.970	868	4.765	337	15.775
EXTREMADURA/ ESPAÑA (%)	2,2	1,1	2,7	1,8	1,5

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE EXTREMADURA

## DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

## QUESOS

QUESO DE LA SERENA \*

QUESO IBORES \*

TORTA DEL CASAR \*

## JAMONES Y PALETAS

DEHESA DE EXTREMADURA \*

GUIJUELO \*\*/°

JAMÓN DE JABUGO \*\*/°

## FRUTAS

CEREZA DEL JERTE \*

## CONDIMENTOS

PIMENTÓN DE LA VERA \*

## ACEITES

ACEITE MONTERRUBIO \*

GATA-HURDES \*

## MIEL

MIEL VILLUERCAS-IBORES \*



## DENOMINACIONES DE ORIGEN

## VINOS

RIBERA DEL GUADIANA \*

CAVA \*\*/°

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

## CARNES

TERNERA DE EXTREMADURA \*

CARNE DE ÁVILA \*\*/°

CORDERO DE EXTREMADURA \*

## VINOS DE LA TIERRA

EXTREMADURA

## PRODUCCIÓN INTEGRADA

OLIVAR PARA ELABORACIÓN DE ACEITE DE OLIVA

ARROZ

CEREZO

PIMIENTO PARA PIMENTÓN

FRUTALES DE HUESO

FRUTALES DE PEPITA

TABACO

TOMATE PARA TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL

MAÍZ

MAÍZ FORRAJERO

BRÓCOLI

PUERRO

GIRASOL

ESPÁRRAGO

CACAHUETE

## AGRICULTURA ECOLÓGICA

COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE EXTREMADURA (CAEX)



\*\* Denominación compartida con otras CC AA en la zona de producción y en elaboración / ° Inscrita en el Registro de la UE / \*\*\*Protección Nacional Transitoria

# GALICIA

## AGRICULTURA Y GANADERÍA

**E**l valor de Producción Final Agraria (PFA) de Galicia, a precios corrientes, ascendió a 4.217 millones de euros en 2021. A esta cifra contribuyeron las producciones ganaderas con 2.330 millones de euros; las agrícolas con 1.732 millones de euros y otras producciones (forestales, etc.) y servicios, que aportaron cerca de 155 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 regional ascendió en 2021 a 1.740 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 2021 el balance para el sector ganadero -que aporta el 60% de la PFA anual- fue positivo, debido a que los precios de las carnes y la leche fueron más altos que un año antes.

La producción de leche de vaca se elevó a 2,98 millones de litros (un 3,2% más). Galicia fue un año más la primera región productora de España y en 2021 aportó el 40% 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, aumentaron las de vacuno (5,3%) y ovino (19,2%), que en el año anterior habían descendido. Por su lado, descendieron las de porcino (3,5%), aves (3,4%) y conejo (8,3%). En volumen, la mayor producción fue la de pollo, seguida de la de vacuno.

Además de subir los precios de la leche y las carnes, también lo hicieron los de los huevos, que es otra de las producciones agrarias importantes de Galicia.

El balance general para la agricultura fue positivo por los mejores precios y en muchos casos, producciones. La cosecha de patata fue de nuevo superior a la anterior (381.700 toneladas, un 34% más) y también lo fueron las de algunas hortalizas como el tomate o el



pipimiento, si bien en este sector también hubo malas cosechas (col, repollo, judías verdes, etc.).

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. Igualmente, continuando con la tendencia de años anteriores, la cosecha de kiwi aumentó ligeramente (2,2%) 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 el subsector del vino se alcanzó una producción de 435.800 hectolitros, un 22,3% más que en 2021.

En cuanto a la evolución del comercio exterior, las exportaciones totalizaron un valor de 3.527 millones de euros, el 6% del total nacional y un 12,8% más que en 2020. En el caso de Galicia, que fue la quinta región española en exportaciones agroalimentarias, destaca la importancia de las ventas de productos pesqueros.

Finalmente, según la Encuesta de Población Activa, al acabar 2021 había 65.900 personas ocupadas en la agricultura y la ganadería, un 5% menos que un año antes.

## PESCA EN GALICIA

En 2021 en Galicia se encontraban en actividad 4.276 embarcaciones pesqueras, lo que suponía el 48,9% del total nacional. Su arqueo llegaba hasta 136.546 GT (41,78%), mientras que su potencia rondaba los 279.498 CV (36,33%) y su eslora promedio se situaba en 8,89 metros, la más reducida de toda España. La an-



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2020	2021
CALABACÍN	6,8	6,1
CASTAÑAS CÁSCARA	169	100
CEBOLLAS	31,0	31,8
COL-REPOLLO	55,8	52,9
JUDÍAS VERDES	50,7	48,2
KIWI	17,9	18,3
MAÍZ	96	108,4
MANZANAS DE MESA	51,3	60,5
MANZANAS DE SIDRA	55,5	56
NABOS	61	16
PATATAS	283,7	381,7
PIMIENTOS	56	71
TOMATES	84,8	89,7
TRIGO	36	27,8
VINOS (miles de hl.)	356,4	435,8
CARNE DE AVES	223,5	217,8
CARNE DE CONEJO	12	11
CARNE DE OVINO	0,26	0,31
CARNE DE PORCINO	91,6	88,4
CARNE DE VACUNO	95,6	100,7
LECHE DE VACA	2.895,8	2.988,3
HUEVOS (Millones de docenas)	47,6	47,5

FUENTE: MAPA

tigüedad media de la flota pesquera gallega era de 37 años en esas fechas.

Galicia tenía 63 cofradías en 2021 de pescadores integradas en la Federación Nacional, siendo la región con mayor número de todo el país y además, la que registró un mayor aumento con relación a la cifra de 2020.

La pesca fresca desembarcada en las 62 lonjas de esta comunidad autónoma rondó en 2021 las 132.782 toneladas, por un valor de 424 millones de euros. En relación con el año anterior, aumentó el valor de la pesca, pero se redujo notablemente el volumen, según datos del Instituto Gallego de Estadística. Las principales especies capturadas en valor fueron merluza, rape, gallo, almeja japonesa y jurel.

La producción de la acuicultura gallega aumentó en 2021 un 8% en volumen y un 31,4% en valor. La producción total (algas incluidas) ascendió a 262.977 toneladas, por un valor de 233,1 millones de euros. Los mejillones supusieron 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 2021 un total de 160 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	9.790	7,7
Industria cárnica	1.350	4,7
Industria de Pescado	3.951	61,8
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	24	0,2
Aceites y Grasas	244	2,4
Productos Lácteos	1283	13,2
Molinería y almidones	41	1,1
Panadería y pastas alimenticias	389	4,3
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	14	0,4
Café, Té e infusiones	72	2,8
Espicias, salsas y condimentos	1	0,1
Platos y comidas preparadas	95	3,6
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos diversos	200	8,6
Productos alimentación animal	1.080	7
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	27	2
Vinos	204	2,7
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	558	14,5
Bebidas no alcohólicas	254	4,4

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

GALICIA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	158	4,4
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	160	26,2
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	32	2,2
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	15	0,9
Fabricación de productos lácteos	108	6,4
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	24	6,2
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	1.256	10,8
Fabricación de otros productos alimenticios	122	3,7
Fabricación de productos para alimentación animal	43	5,6
Fabricación de bebidas	503	9,8
<b>TOTAL</b>	<b>2.421</b>	<b>8</b>

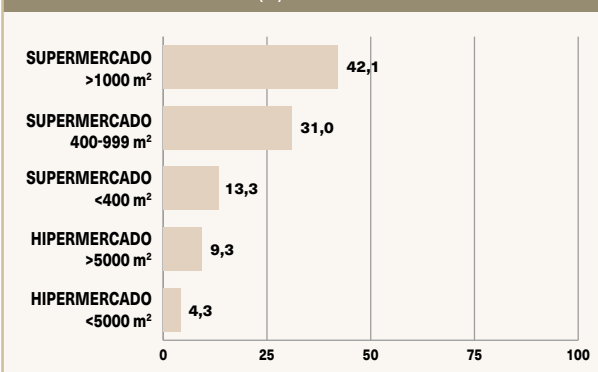
FUENTE: INE.

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Galicia tiene 2.695.645 habitantes y 29.574 km<sup>2</sup> 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 prácticamente similar a la media nacional.

En Galicia hay 5.689 locales comerciales minoristas especializados en alimentación. A Coruña tiene el 40,0%; Pontevedra, el 35,7%; Lugo, el 12,8%; y Ourense, el 11,5%. En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 1.489 supermercados y 41 hipermercados, con un total de 957.664 m<sup>2</sup>, que suponen una densidad comercial de 355,3 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos se cifran en 2.678, un 6,5% sobre el total nacional.

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN GALICIA (%)



## CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2021, Galicia registró un gasto per cápita en alimentación de 1.672,7 euros (un 3,9% superior a la media nacional). Carne (18,5%), pescado (14,1%), frutas frescas (11,0%), derivados lácteos (7,9%), pan (5,2%), hortalizas frescas (6,3%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Galicia cuentan con un gasto superior en chocolates y cacao (31,5%), aceite (41,7%), pan (23,1%), leche (20,0%), frutas frescas (17,3%) y huevos (21,6%), mientras que, por el contrario, gastan menos en platos preparados (-34,8%), agua mineral (-23,8%), bebidas re-



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN GALICIA							
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
GALICIA	33.410	5.689	742	471	276	41	2.678
GALICIA/ESPAÑA (%)	6,2	5,4	5,6	8,2	6,0	8,1	6,5

## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN GALICIA (HOGARES), 2021

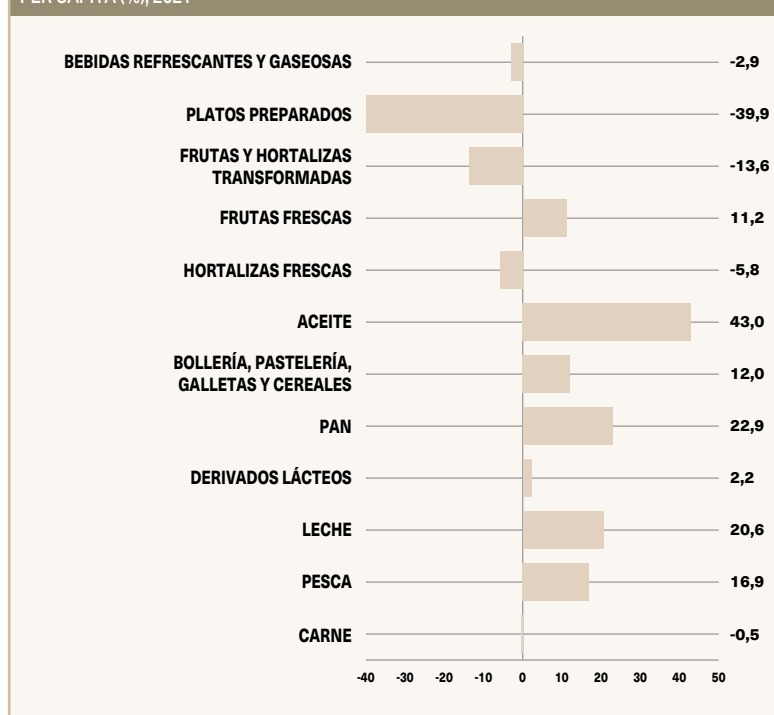
	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	25,9	1,5	21,6
CARNE	310,1	18,5	-3,3
PESCA	236,5	14,1	11,9
LECHE	58,7	3,5	20,0
DERIVADOS LÁCTEOS	132,6	7,9	2,9
PAN	87,5	5,2	23,1
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	73,1	4,4	11,4
CHOCOLATES Y CACAOS	36,9	2,2	31,5
ACEITE	44,0	2,6	41,7
VINO	26,7	1,6	4,0
CERVEZAS	26,3	1,6	-13,3
ZUMO Y NÉCTAR	8,7	0,5	5,5
PATATAS	31,7	1,9	11,7
HORTALIZAS FRESCAS	105,7	6,3	-5,9
FRUTAS FRESCAS	183,9	11,0	17,3
FRUTOS SECOS	25,8	1,5	-5,4
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	26,7	1,6	-8,5
PLATOS PREPARADOS	48,6	2,9	-34,8
CAFÉS E INFUSIONES	32,4	1,9	5,9
AGUA MINERAL	9,4	0,6	-23,8
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	36,2	2,2	-1,7
OTROS PRODUCTOS	105,3	6,3	-5,2
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.672,7	100,0	3,9

frescantes y gaseosas (-1,7%) y cervezas (-13,3%).

En términos medios, durante el año 2021 cada persona en Galicia consumió 142 huevos, 44,5 kilos de carne, 26,5 kilos de pescado, 85,0 litros de leche, 36,0 kilos de derivados lácteos, 37,0 kilos de pan, 16,5 litros de aceite, 16,0 litros de cerveza, 54,6 kilos de hortalizas frescas, 102,1 kilos de frutas frescas, 10,1 kilos de platos preparados, 50,1 litros de agua embotellada y 38,1 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Galicia se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de aceite (43,0%), pan (22,9%), pescado (21,9%), leche (16,9%) y frutas frescas (11,2%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en platos preparados (-39,9%), frutas y hortalizas transformadas (-13,6%) y hortalizas frescas (-5,8%).

## DESVIACIÓN DE GALICIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GALICIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
15 litros de leche líquida	16 litros de agua mineral
10 kilos de frutas frescas	6 litros de cerveza
8 kilos de pan fresco y congelado	7 kilos de platos preparados
4 kilos de pescado	1 litro de zumo y néctar
5 kilos de patatas	3 kilos de hortalizas frescas
3 litros de aceite de oliva	2 kilos de frutas y hortalizas transformadas
5 litros de aceite	2 kilos de carne transformada
3 kilos de pescado fresco	1 litro de batidos de leche
4 kilos de carne	1 kilo de pan industrial
1 kilos de mariscos, moluscos y crustáceos	1 kilo de arroz
2 kilos de harinas y sémolas	1 kilo de legumbres

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

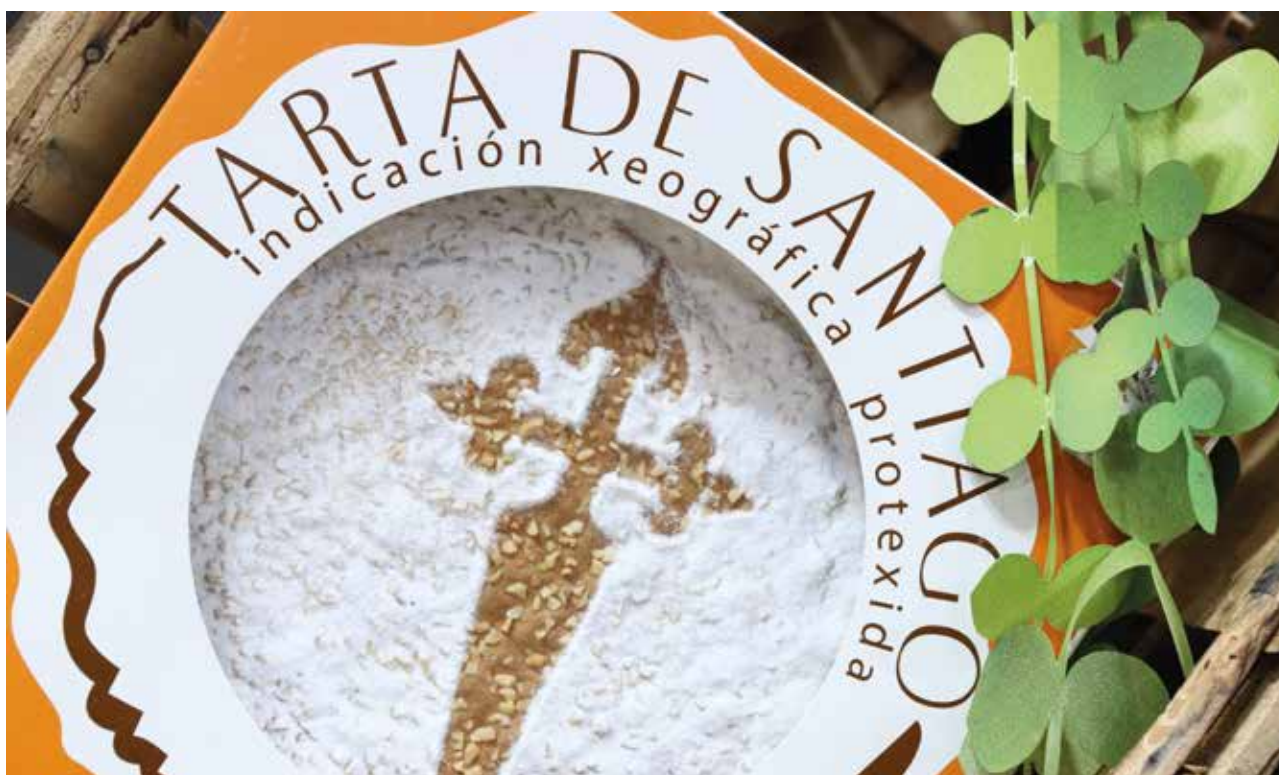
Las actividades de restauración y bares cuentan con 17.567 locales, lo que supone un 6,4% sobre el conjunto

de España. A Coruña cuenta con un 41,6%; Pontevedra, un 33,4%; Lugo, un 12,3%; y Ourense, un 12,7%. ■

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN GALICIA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
GALICIA	17.567	3.750	13.112	705	50.901
GALICIA/ESPAÑA (%)	6,4	4,7	7,5	3,7	4,8

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE GALICIA

### DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

#### QUESO

ARZÚA-ULLOA  
 CEBREIRO  
 QUEIXO TETILLA (QUESO TETILLA)  
 SAN SIMÓN DA COSTA

#### HORTALIZAS

PEMENTO DE HERBÓN

#### PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA

MEXILLÓN DE GALICIA (MEJILLÓN DE GALICIA)

### DENOMINACIONES DE ORIGEN

#### VINOS

MONTERREI  
 RÍAS BAIXAS  
 RIBEIRA SACRA  
 RIBEIRO  
 VALDEORRAS

### INDICACIONES GEOGRÁFICAS

#### BEBIDAS ESPIRITUOSAS

ORUJO DE GALICIA  
 AGUARDIENTE DE HIERBAS DE GALICIA  
 LICOR DE HIERBAS DE GALICIA  
 LICOR CAFÉ DE GALICIA

### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

#### CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS

LACÓN GALLEGO  
 TERNERA GALLEGA  
 VACA GALLEGA / BUEY GALLEGO  
 CAPÓN DE VILALBA

#### MIEL

MEL DE GALICIA (MIEL DE GALICIA)

#### HARINAS Y PANES

PAN DE CEA  
 PAN GALEGO / PAN GALLEGO  
 TARTA DE SANTIAGO

#### HORTALIZAS

GRELOS DE GALICIA  
 PATACA DE GALICIA (PATATA DE GALICIA)  
 PEMENTO DA ARNOIA  
 PEMENTO DO COUTO  
 PEMENTO DE OIMBRA  
 PEMENTO DE MOUGÁN

#### FRUTAS

CASTAÑA DE GALICIA

#### LEGUMBRES

FABA DE LOURENZÁ

#### VINOS

RIBEIRAS DO MORRAZO  
 BETANZOS  
 VAL DO MIÑO-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 2021 un valor superior a los 271 millones de euros, de los que 165 millones de euros correspondieron a la Producción Final Vegetal (PFV) y 94 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 un monto de 130 millones de euros (Renta Agraria).

La nutrida representación de producciones agrícolas, que aportan casi el 75% de la PFA, tuvieron un balance malo en su conjunto, aunque con algunas excepciones, como por ejemplo, la uva.

Tras dos años con caídas, la vendimia se saldó con buenos resultados, pues la producción de vino aumentó un 27% hasta los 34.000 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.

También fueron mejores algunas cosechas de hortalizas como el melón, la sandía o el pimiento, pero en general la producción hortícola fue inferior. Otro tanto sucedió con la patata, cuya cosecha se redujo un 5,5% hasta las 47.700 toneladas, y con los cereales (especialmente con el trigo).

Igualmente, la almendra –que es un cultivo muy representativo de Baleares– registró un descenso de cosecha del 33%. También es emblemática la producción de aceite de oliva, que en la campaña 2021/2022 registró un descenso del 1,4% hasta las 690 toneladas de aceite.

En cuanto a la ganadería, debido a su condición insular hay producciones de todas las cabañas ganaderas, aunque algunas son muy minoritarias. En 2021 se produjo una subida generalizada de las producciones de carne, excepto en el sector del ovino.

Siguiendo la tónica de años anteriores, la producción de leche de vaca quedó finalmente por debajo del nivel de la anterior campaña (se produjeron unas 44.500 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 Mahón-Menorca.

En cuanto al comercio, en 2021 las exportaciones agroalimentarias alcanzaron un valor de 104,8 millones de euros, un 28,6% menos que en el año anterior en el que también crecieron las ventas en un porcentaje similar.

Finalmente, según la Encuesta de Población Activa (EPA), al acabar 2021 Baleares contaba con 6.800 ocupados en la rama actividad agraria.

## PESCA EN ISLAS BALEARES

En Islas Baleares había 313 embarcaciones pesqueras en 2021, lo que suponía el 3,58% de toda España. Su arqueo llegó a los 2.721 GT (0,83% del total nacional), con una potencia de 16.393 CV, lo que supone el 2,13% del conjunto de la flota pesquera, y una es-

**PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS**  
 (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2020	2021
ACEITE DE OLIVA	0,7	0,69
ALMENDRA CÁSCARA	3,9	2,6
CEBADA	28,2	27,2
CEBOLLAS	3,6	3,6
MAÍZ	0,6	0,6
MELÓN	3,3	3,6
NARANJAS	6,1	6,7
PATATAS	50,5	47,7
PIMIENTO	1,6	1,7
SANDÍAS	5,7	6,1
TOMATES	8,2	8,1
TRIGO	10,5	10,2
VINOS (miles de hl.)	26,8	34
CARNE DE AVES	0,25	0,26
CARNE DE PORCINO	3,19	3,28
CARNE DE VACUNO	2	2,2
CARNE DE OVINO	1,45	1,37
LECHE DE VACA	48,7	44,5
HUEVOS (Millones de docenas)	8,6	8,5

FUENTE: MAPA



lora promedio de 9,49 metros. La edad media de esta flota es de 37 años. En 2021, Baleares tenía 16 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional y contaba con 44 puertos pesqueros, entre los que destacaron 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 2.100 toneladas. El grueso de la producción recogida fueron peces, entre los que destacan la sardina y el boquerón, que fue 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. Asimismo, las producciones acuícolas aportan 60 toneladas anuales. Según datos del INE, había en 2021 sólo 1 empresas dedicada al procesamiento 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	676	0,5
Industria cárnica	98	0,3
Industria de Pescado	S/D	S/D
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	37	0,3
Aceites y Grasas	4	0,1
Productos Lácteos	80	0,8
Molinería y almidones	15	0,4
Panadería y pastas alimenticias	129	1,4
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	11	0,3
Café, Té e infusiones	16	0,6
Espicias, salsas y condimentos	S/D	S/D
Platos y comidas preparadas	4	0,1
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos alimenticios	72	2,9
Productos alimentación animal	S/D	S/D
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	31	2,3
Vinos	38	0,5
Sidra y otras bebidas fermentadas	0	0
Cerveza y malta	0	0
Bebidas no alcohólicas	109	1,9

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La comunidad autónoma de Islas Baleares cuenta con 1.173.008 habitantes y cerca de 5.000 km<sup>2</sup> de superficie, un 2,5% y un 1% sobre el total nacional, respectivamente. Además, tiene una notable actividad turística que va recuperando tras los efectos de la COVID-19. El poder de compra de las familias de Islas Baleares, en función del gasto medio por persona, es prácticamente similar a la media nacional (un 1,5% por encima).

En Islas Baleares hay 1.834 locales para actividades de distribución alimentaria. Se contabilizan 705 supermercados y 12 hipermercados, que suman 374.662 m<sup>2</sup>. La densidad comercial se sitúa en 319,4 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. Las actividades para ventas ambulantes y mercadillos se cifran en 1.147 un 2,8% sobre el total nacional.

### ISLAS BALEARES. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	58	1,6
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	1	0,2
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	18	1,2
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	23	1,4
Fabricación de productos lácteos	53	3,1
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	7	1,8
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	231	2
Fabricación de otros productos alimenticios	91	2,8
Fabricación de productos para alimentación animal	5	0,7
Fabricación de bebidas	119	2,3
<b>TOTAL</b>	<b>606</b>	<b>2</b>

FUENTE: INE.

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ISLAS BALEARES

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ISLAS BALEARES	13.231	1.834	448	144	113	12	1.147
ISLAS BALEARES/ ESPAÑA (%)	2,4	1,7	3,4	2,5	2,5	2,4	2,8

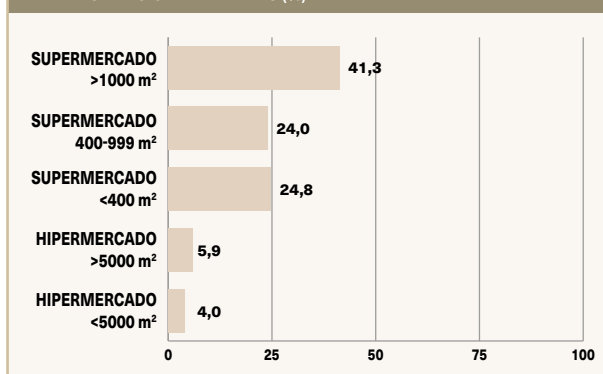
## CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2021, en las Islas Baleares se registró un gasto per cápita en alimentación de 1.826,3 euros (un 13,4% superior a la media nacional). Carne (18,3%), pescado (11,0%), frutas frescas (9,3%), derivados lácteos (8,7%), hortalizas frescas (7,7%), bollería, pastelería, galletas y cereales (4,2%) y pan (3,8%) 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 (117,6%), vino (86,0%), cafés e infusiones (15,6%) y bebidas refrescantes y gaseosas (49,2%), mientras que, por el contrario, gastan menos en pescado (-5,1%), pan (-2,8%), frutas y hortalizas transformadas (-4,5%) y leche (-2,1%).

En términos medios, durante el año 2021 cada persona en Islas Baleares consumió 142 huevos, 47,1 kilos de

### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN BALEARES (%)



carne, 20,4 kilos de pescado, 68,6 litros de leche, 41,5 kilos de derivados lácteos, 30,7 kilos de pan, 16,1 litros de aceite, 25,6 litros de cerveza, 67,0 kilos de hortalizas frescas, 94,8 kilos de frutas frescas, 19,0 kilos de platos preparados, 133,0 litros de agua embotellada y



## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN BALEARES (HOGARES), 2021

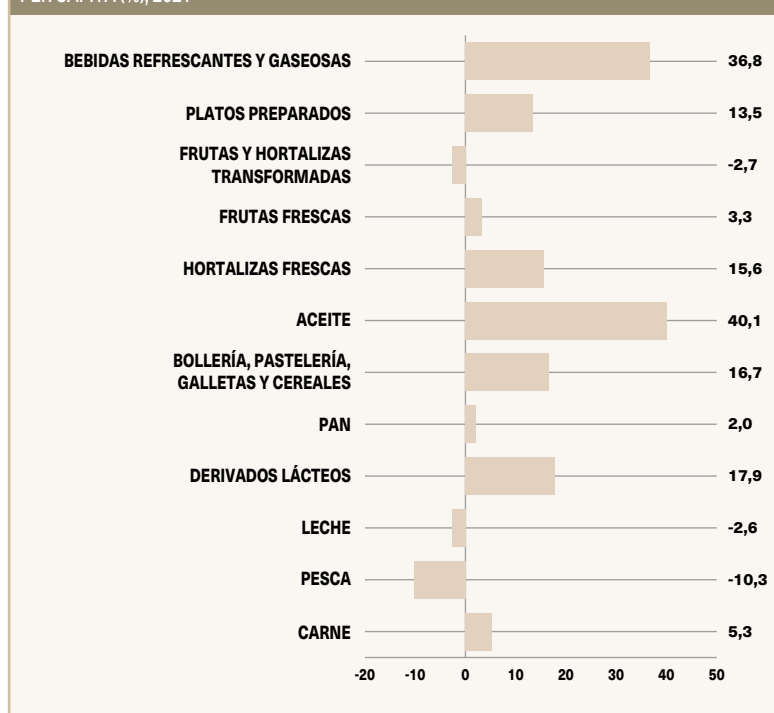
	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	21,4	1,2	0,5
CARNE	335,0	18,3	4,5
PESCA	200,4	11,0	-5,1
LECHE	47,9	2,6	-2,1
DERIVADOS LÁCTEOS	158,6	8,7	23,1
PAN	69,0	3,8	-2,8
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	77,2	4,2	17,7
CHOCOLATES Y CACAOS	32,9	1,8	17,1
ACEITE	41,7	2,3	34,2
VINO	47,8	2,6	86,0
CERVEZAS	37,8	2,1	24,6
ZUMO Y NÉCTAR	8,9	0,5	7,5
PATATAS	33,5	1,8	18,0
HORTALIZAS FRESCAS	139,7	7,7	24,4
FRUTAS FRESCAS	169,0	9,3	7,8
FRUTOS SECOS	38,3	2,1	40,5
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	27,8	1,5	-4,5
PLATOS PREPARADOS	87,8	4,8	17,7
CAFÉS E INFUSIONES	35,4	1,9	15,6
AGUA MINERAL	26,8	1,5	117,6
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	55,0	3,0	49,2
OTROS PRODUCTOS	134,4	7,4	21,1
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.826,3	100,0	13,4

53,6 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 (40,1%), bollería, pastelería, galletas y cereales (16,7%), bebidas refrescantes y gaseosas (36,8%), derivados lácteos (17,9%) y hortalizas frescas (15,6%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pescado (-10,3%), leche (-2,6%) y frutas y hortalizas transformadas (-2,7%).



## DESVIACIÓN DE BALEARES CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN BALEARES EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
2 unidades de huevos	2 kilos de pescado
67 litros de agua mineral	2 litros de leche
14 litros de bebidas refrescantes	2 kilos de pescado fresco
5 litros de vino	2 litros de leche envasada
6 kilos de derivados lácteos	4 litros de leche semidesnatada
2 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	
9 kilos de hortalizas frescas	
8 kilos de frutas frescas	
3 kilos de carne de pollo	
2 litros de aceite de girasol	
2 kilo de helados y tartas	
2 kilo de pastas alimenticias	
3 litros de aceite de oliva	

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En cuanto a los servicios de restauración y bares hay 9.416 locales, un 3,4% del total nacional. Islas Baleares es una de las comunidades autónomas que tiene

un mayor número de plazas hoteleras a nivel nacional y en este ejercicio comienza a recuperarse tras la pandemia. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN BALEARES

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
BALEARES	9.416	5.087	3.640	689	121.294
BALEARES/ESPAÑA (%)	3,4	6,3	2,1	3,6	11,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).



## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ISLAS BALEARES

## DENOMINACIONES DE ORIGEN

## VINOS

BINISALEM  
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 ÈS MEL  
ANYELL D'E  
CARNE DE CORDERO (MMS)  
CARNE DE CERDO (PMS)  
CÍTRICS SES MARJADES  
ÈS 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 2021 a 713 millones de euros, de los que 551 millones de euros fueron aportados por las producciones agrícolas y 150 millones de euros por las producciones ganaderas. El resto de la PFA (12 millones de euros) fue aportado por 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 447 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 2,06 millones de hectolitros,

un 0,8% más que en el año precedente. La mayor parte de este volumen fueron vinos amparados por la DOPc Rioja.

Las producciones hortícolas representan en La Rioja cerca del 30% de la PFA. En 2021, el balance para las hortalizas fue malo, pues la mayor parte de las cosechas fueron menores, con excepciones como la de la alcachofa.



PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2020	2021
ACEITE DE OLIVA	2,6	2
ALCACHOFAS	1,8	2
BRÓCOLI	2,9	2,6
CEBADA	105,7	74
CEBOLLA	2,5	2,4
CHAMPIÑÓN	69,7	70
COLIFLORES	9,7	9,4
JUDÍAS VERDES	21,2	19
MAÍZ	4,8	4
MELOCOTONES	8,6	8,4
PATATAS	40	38
PERAS	57,3	55
PIMIENTOS	6,2	5,5
REMOLACHA AZUCARERA	59,4	46
TOMATES	13	9,3
TRIGO	148,3	140
VINOS (miles de hl.)	2046	2061,9
ZANAHORIAS	9,1	10
CARNE DE PORCINO	1,41	1,31
CARNE DE VACUNO	3,12	2,4
CARNE DE OVINO	3,3	3,2
CARNE DE CAPRINO	0,10	0,1
LECHE DE OVEJA	0,85	0,86
LECHE DE VACA	25,3	27,3
LECHE DE CABRA	1,3	1,33
HUEVOS (Millones de docenas)	3,6	3,6

FUENTE: MAPA

Para el champiñón, una de las producciones más características, el resultado del ejercicio no fue moderado porque se mantuvo la cosecha en 70.000 toneladas.

Asimismo, la producción de patata de la región resultó inferior en un 5% a la del año precedente y en cuanto a la fruta, se produjeron descensos de cosecha en fruta de pepita (pera, especialmente) y en las de hueso (melocotón).

Por su lado, la producción de cereal fue mala en general. Descendió un 30% la cosecha de cebada; un 16% la de maíz y un 5,6% la cosecha de trigo.

Finalmente, la cosecha de aceituna de almazara (campana 2021/2022) se cerró con una producción de aceite de 2 millones de toneladas, un 23% menos.

Las producciones ganaderas (leche, huevos y otras de origen animal), generaron más de 118 millones de euros. La mayor parte de este valor correspondió a la aportación del sector cárnico, con el porcino a la cabeza, seguido del pollo. En 2021 descendió la producción de carne de porcino (7,1%), vacuno (23%), ovino (3%) y caprino (10%). Por su lado, la producción de leche de vaca aumentó un 1,2% has-

ta las 257.300 toneladas. A la producción de leche de vaca se sumaron otras 880 toneladas de leche de oveja (un 1,2% más) y un volumen superior a 1.3300 toneladas de leche de cabra.

Respecto al comercio exterior, al igual que en el año anterior las exportaciones agroalimentarias volvieron a crecer (9,5%), alcanzando un importe de 749,3 millones de euros. Vinos, hortalizas y frutas fueron los productos más exportados, aunque en los últimos años han ido ganando peso las exportaciones de carnes.

Finalmente, a finales de 2021 había en La Rioja 8.300 ocupados en el sector agrario, una cifra inferior a la del año anterior, según los datos de la Encuesta de Población Activa. ■

LA RIOJA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	68	1,9
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	5	0,8
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	51	3,5
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	21	1,2
Fabricación de productos lácteos	14	0,8
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	4	1
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	104	0,9
Fabricación de otros productos alimenticios	38	1,2
Fabricación de productos para alimentación animal	3	0,4
Fabricación de bebidas	349	6,8
<b>TOTAL</b>	<b>657</b>	<b>2,2</b>

FUENTE: INE.

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	2.128	1,7
Industria cárnica	295	1
Industria de Pescado	S/D	S/D
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	368	3,3
Aceites y Grasas	8	0,1
Productos Lácteos	18	0,2
Molinería y almidones	44	1,1
Panadería y pastas alimenticias	90	1
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	S/D	S/D
Café, Té e infusiones	S/D	S/D
Espicias, salsas y condimentos	49	3,7
Platos y comidas preparadas	173	6,6
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos diversos	10	0,4
Productos alimentación animal	S/D	S/D
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	S/D	S/D
Vinos	939	12,6
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	S/D	S/D
Bebidas no alcohólicas	S/D	S/D

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La Rioja ocupa una superficie de 5.028 km<sup>2</sup> y tiene 316.197 habitantes. Logroño cuenta con más de la mitad de la población. El poder de compra de los habitantes de esta comunidad autónoma, tomando como referencia el gasto medio por persona, es prácticamente similar a la media nacional (0,8% inferior).

En esta comunidad hay 3.764 actividades comerciales minoristas. Aquellas que se ciñen específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 802. La Rioja cuenta con 154 supermercados, 3 hipermercados y 190 actividades de comercio ambulante o mercadillos.

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA RIOJA

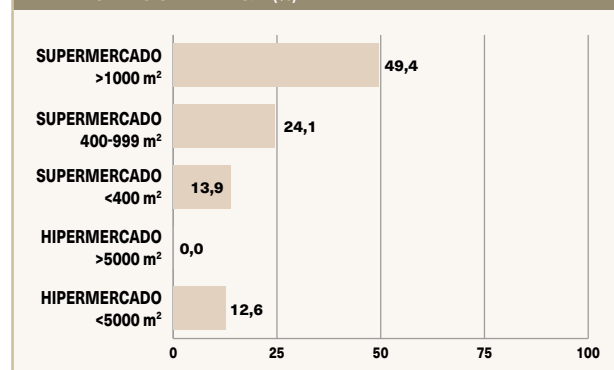
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
LA RIOJA	3.688	789	78	36	35	3	187
LA RIOJA/ ESPAÑA (%)	0,7	0,7	0,6	0,6	0,8	0,6	0,5

## CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2021, La Rioja registró un gasto per cápita en alimentación de 1.528,7 euros (un -5,1% inferior a la media nacional). Carne (22,1%), pescado (14,4%), frutas frescas (9,6%), derivados lácteos (7,5%), hortalizas frescas (6,0%), 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 (5,3%), pesca (4,2%), leche (16,3%), pan (16,4%), aceite (23,3%) y chocolates y cacao (6,9%) mientras que, por el contrario, gastan menos en zumo y néctar (-10,1%), vino (-13,1%), bebidas refrescantes y gaseosas (-39,4%), patatas (-33,4%), cervezas (-14,9%) o hortalizas frescas (-18,3%).

### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN LA RIOJA (%)



En términos medios, durante el año 2021 cada persona en La Rioja consumió 132 huevos, 46,6 kilos de carne, 23,6 kilos de pescado, 78,6 litros de leche,



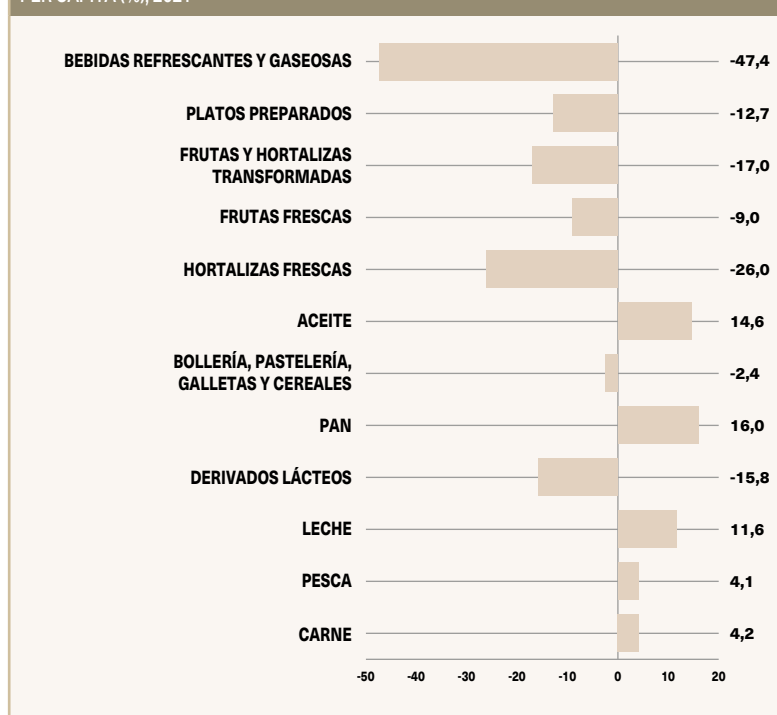
## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA RIOJA (HOGARES), 2021

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	19,5	1,3	-8,3
CARNE	337,8	22,1	5,3
PESCA	220,0	14,4	4,2
LECHE	56,9	3,7	16,3
DERIVADOS LÁCTEOS	114,5	7,5	-11,1
PAN	82,7	5,4	16,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	58,9	3,9	-10,1
CHOCOLATES Y CACAOS	30,0	2,0	6,9
ACEITE	38,3	2,5	23,3
VINO	22,3	1,5	-13,1
CERVEZAS	25,8	1,7	-14,9
ZUMO Y NÉCTAR	7,4	0,5	-10,1
PATATAS	18,9	1,2	-33,4
HORTALIZAS FRESCAS	91,8	6,0	-18,3
FRUTAS FRESCAS	146,0	9,6	-6,8
FRUTOS SECOS	22,6	1,5	-17,3
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	25,4	1,7	-12,9
PLATOS PREPARADOS	59,0	3,9	-20,8
CAFÉS E INFUSIONES	25,4	1,7	-17,0
AGUA MINERAL	8,7	0,6	-29,1
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	22,3	1,5	-39,4
OTROS PRODUCTOS	94,3	6,2	-15,1
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.528,7	100,0	-5,1

29,6 kilos de derivados lácteos, 34,9 kilos de pan, 13,2 litros de aceite, 17,8 litros de cerveza, 42,9 kilos de hortalizas frescas, 83,5 kilos de frutas frescas, 14,6 kilos de platos preparados, 48,9 litros de agua embotellada y 20,6 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 (14,6%), carne (4,2%), pescado (4,1%), pan (16,0%) y leche (11,6%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-47,4%), frutas y hortalizas transformadas (-17,0%), frutas frescas (-9,0%), hortalizas frescas (-26,0%) y derivados lácteos (-15,8%).

## DESVIACIÓN DE REGIÓN DE LA RIOJA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA RIOJA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
13 litros de leche desnatada	17 litros de agua mineral
8 litros de leche líquida	19 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
3 kilos de carne fresca	8 kilos de frutas frescas
1 kilo de carne de ovino/caprino	11 kilos de patatas
1 kilo de azúcar	1 kilos de pesca
1 kilo de carne de pollo	15 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de pesca	1 kilo de carne transformada
2 kilos de pescado fresco	4 litros de cerveza
5 kilos de pan	2 litros de zumo y néctar
2 litros de aceite	6 kilos de derivados lácteos
	2 kilos de frutas y hortalizas transformadas

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares se cifran en 1.906, 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	1.843	402	1.386	55	5.088
LA RIOJA/ESPAÑA (%)	0,7	0,5	0,8	0,3	0,5

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).





## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA RIOJA

### DENOMINACIONES DE ORIGEN

#### VINOS

CAVA \*\*

RIOJA (DOCA) \*\*

### DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

#### FRUTAS

PERAS DE RINCÓN DE SOTO \*

#### ACEITES

ACEITE DE LA RIOJA \*

#### QUESOS

QUESO CAMERANO \*

### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

#### CARNES

CARNE DE ÁVILA \*\*/ \*

#### HORTALIZAS

COLIFLOR DE CALAHORRA \*

PIMIENTO RIOJANO \*

ESPÁRRAGO DE NAVARRA \*\*/ \*

#### EMBUTIDOS

CHORIZO RIOJANO \*

#### VINOS

VALLES DE SADACIA \*

### ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

JAMÓN SERRANO \*

### MARCAS DE GARANTÍA

#### MARCAS DE GARANTÍA

CHAMPIÑÓN Y SETAS DE LA RIOJA

ALIMENTOS DE LA RIOJA CALIDAD GARANTIZADA

#### REGISTRADO Y CERTIFICADO

AGUA MINERAL

CAFÉ

CARAMELOS

CONSERVAS VEGETALES. PRODUCTOS DESHIDRATADOS Y CONGELADOS

EMBUTIDOS DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y SEMICONSERVAS DE ANCHOAS EN SALAZÓN O EN ACEITE

FARDELEJOS

FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

GALLETAS

MAZAPÁN DE SOTO

MIEL

PACHARÁN, AGUARDIENTES, LICORES Y OTRAS BEBIDAS DERIVADAS DE ALCOHOLES NATURALES

PLATOS PREPARADOS TRADICIONALES

PRODUCTOS CÁRNICOS ELABORADOS

QUESOS

VINAGRES VÍNICOS

### AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA DE LA RIOJA

### MARCAS COLECTIVAS

#### CARNES

LA RIOJA, RESERVA DE LA BIOSFERA

TERNOJA

#### FRUTAS

CIRUELA CLAUDIA DE NALDA Y QUEL

#### FRUTOS SECOS

NUEZ DE PEDROSO

#### LEGUMBRES

ALUBIA DE ANGUIANO

#### HARINAS

PAN SOBAO DE LA RIOJA

\*\* Denominación compartida con otras 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 2021 un valor de 1.255 millones de euros, de los que unos 660 correspondieron a la aportación del sector 542 al ganadero y el resto (53 millones de euros) a las aportaciones del sector silvícola y de los servicios.

En 2021, la Renta Agraria de Navarra se aproximó a los 680 millones de euros, una vez restados los consumos intermedios, y sumadas las amortizaciones y subvenciones.

Dentro de la agricultura, el cereal es el que ocupa una mayor superficie y en el año 2021 tuvo modestos resultados. El mayor aumento de la cosecha se apreció en el cultivo de arroz (5,4% más), aunque la mayor cosecha fue la de trigo.

Por delante de los cereales en su aportación a la PFA están las hortalizas con el 21% del total. En 2021 las cosechas en general fueron, en general, peores que

las del año precedente, aunque también hubo excepciones en verduras muy representativas, como el tomate.

Otra producción importante es la patata. Se produjeron 12.200 toneladas, casi un 13% por encima del volumen que se alcanzó en el año anterior. El sector de las frutas tuvo un balance desigual y en cuenta al vino, la vendimia tuvo un saldo negativo. La producción regional descendió un 17,6% hasta los 619.000 hectolitros.

Otro sector que también es importante en la agricultura navarra es el aceite, que saldó la campaña 2021/2021 con resultados negativos, pues se produjeron sólo 5.700 toneladas frente a las 6.300 de la campaña precedente.

Con respecto al sector ganadero, que aporta cerca del 42% de la PFA, el balance general fue positivo, a pesar de la caída de algunas de las producciones. Así, el sector de la carne de aves (la más importan-

te) registró un descenso de producción del 1,8%; la de equino del 12% y la de ovino del 11%. En sentido contrario, fueron mejores las producciones navarras de carne de porcino (5%) y de vacuno (41%), así como también la de caprino y conejos.

Un año más, la producción láctea tuvo un buen comportamiento, tanto en producción como en precios. Se produjeron 255.000 toneladas de leche de vaca (un 0,6% más que en 2020) y unas 15.900 toneladas de leche de oveja, un 2,6% más que el año anterior.

Las exportaciones crecieron un 6% respecto al año anterior, alcanzando un valor de 1.437 millones de euros.

Finalmente, según datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), el sector agrario navarro contaba a finales de 2021 con 10.000 ocupados, cifra muy superior a la del mismo período del año anterior. ■

#### PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2020	2021
ACEITE DE OLIVA	6,3	5,7
ALCACHOFAS	15,2	12,6
ARROZ CÁSCARA	12,9	13,6
BRÓCOLI	71,8	59,6
CALABACÍN	10,2	7,9
COLZA	328,3	264,6
CEBOLLAS	17,6	20,6
COLIFLORES	38,4	49
GIRASOL	7	7,5
ESPÁRRAGO	8	7
ESPINACAS	15,3	18,7
MELOCOTONES	7,4	7,4
PATATAS	10,7	12,1
PIMIENTOS	26,4	21
REMOLACHA AZUCARERA	14,2	5
TOMATES	171	184
TRIGO	418,2	415,9
VINOS (miles de hl.)	750,7	618,9
CARNE DE AVES	86,9	85,3
CARNE DE EQUINO	3,78	3,33
CARNE DE OVINO	2,7	2,4
CARNE DE PORCINO	1,9	2
CARNE DE VACUNO	9,5	13,4
LECHE DE OVEJA	15,5	15,9
LECHE DE VACA	254,2	255,7
HUEVOS (Millones de docenas)	28	27,9

FUENTE: MAPA

#### NAVARRA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	72	2
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	8	1,3
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	76	5,2
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	12	0,7
Fabricación de productos lácteos	63	3,7
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	3	0,8
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	132	1,1
Fabricación de otros productos alimenticios	77	2,3
Fabricación de productos para alimentación animal	22	2,9
Fabricación de bebidas	122	2,4
TOTAL	587	1,9

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	4.110	3,2
Industria cárnica	717	2,5
Industria de Pescado	35	0,5
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	1441	13
Aceites y Grasas	61	0,6
Productos Lácteos	114	1,2
Molinería y almidones	156	4
Panadería y pastas alimenticias	235	2,6
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	16	0,4
Café, Té e infusiones	38	1,5
Especias, salsas y condimentos	50	3,8
Platos y comidas preparadas	144	5,5
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos diversos	319	13
Productos alimentación animal	259	1,7
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	49	3,7
Vinos	272	3,6
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	57	1,5
Bebidas no alcohólicas	120	2,1

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Navarra tiene 661.537 habitantes y una superficie de 9.801 km<sup>2</sup>, poco más de un 1,4% y casi un 2% sobre el total nacional, respectivamente. El poder de compra de los consumidores navarros, tomando como referencia el gasto medio por persona, es casi 12 puntos superior a la media nacional.

En Navarra hay 1.663 actividades comerciales minoristas especializadas en la distribución de alimentación. Esta comunidad cuenta con 384 supermercados y 10 hipermercados –estos 394 establecimientos suponen 202.881 m<sup>2</sup> que generan una densidad comercial de 306,7 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes–. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos ascienden a 476, un 1,2% del total nacional.

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN NAVARRA

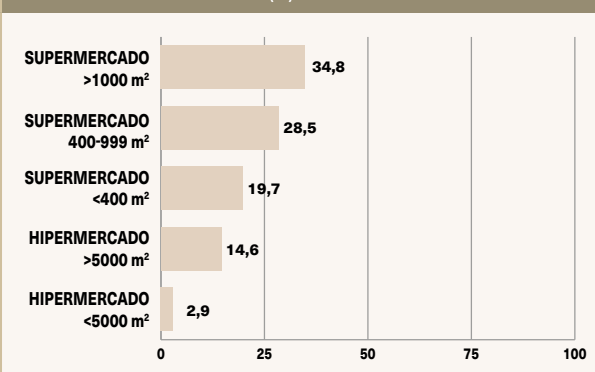
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
NAVARRA	7.269	1.663	242	91	51	10	476
NAVARRA/ ESPAÑA (%)	1,3	1,6	1,8	1,6	1,1	2,0	1,2

## CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2021, Navarra registró un gasto per cápita en alimentación de 1.887,6 euros (un 17,2% superior a la media nacional). Carne (21,2%), pescado (13,2%), frutas frescas (11,5%), hortalizas frescas (8,1%), derivados lácteos (7,0%), pan (5,4%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,7%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Navarra cuentan con un gasto superior en pan (43,3%), huevos (25,4%), pesca (17,7%), frutas frescas (38,7%), bollería, pastelería y cereales (7,6%), aceite (34,1%), chocolates y cacao (10,9%), hortalizas frescas (36,1%) y leche (42,0%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-55,5%), zumo y néctar (-21,1%), platos preparados (-24,3%), frutos secos (-6,0%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-32,9%).

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN NAVARRA (%)



## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN NAVARRA (HOGARES), 2021

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	26,6	1,4	16,4
CARNE	420,3	21,8	20,3
PESCA	234,9	12,2	6,1
LECHE	61,1	3,2	19,5
DERIVADOS LÁCTEOS	134,4	7,0	-2,7
PAN	111,1	5,8	42,2
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	72,2	3,7	10,2
CHOCOLATES Y CACAOS	37,3	1,9	22,8
ACEITE	41,6	2,2	32,6
VINO	29,5	1,5	4,6
CERVEZAS	38,8	2,0	20,7
ZUMO Y NÉCTAR	7,1	0,4	-17,7
PATATAS	33,9	1,8	8,9
HORTALIZAS FRESCAS	157,3	8,2	26,7
FRUTAS FRESCAS	207,9	10,8	22,0
FRUTOS SECOS	27,3	1,4	-4,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	35,2	1,8	10,0
PLATOS PREPARADOS	61,9	3,2	-15,9
CAFÉS E INFUSIONES	30,8	1,6	0,3
AGUA MINERAL	7,1	0,4	-44,6
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	6,9	0,4	-49,7
OTROS PRODUCTOS	146,5	7,6	3,5
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.929	100,0	12,4



# AQUÍ ESTÁ NAVARRA

Aquí están los productos de calidad de nuestra tierra.  
**Reyno Gourmet, calidad navarra.**

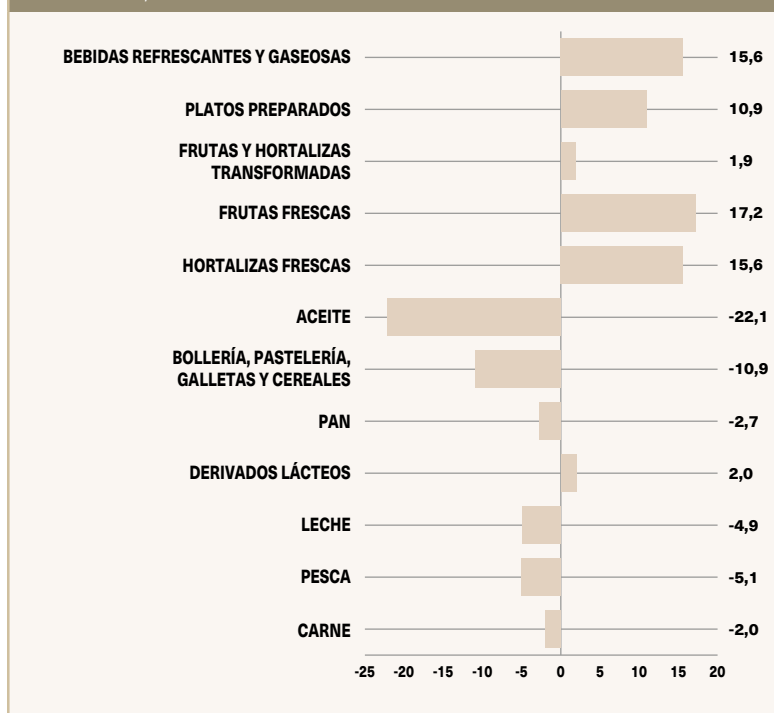
ReynoGourmet.com



En términos medios, durante el año 2021 cada persona en Navarra consumió 179 huevos, 51,4 kilos de carne, 25,6 kilos de pescado, 95,1 litros de leche, 35,0 kilos de derivados lácteos, 38,9 kilos de pan, 13,7 litros de aceite, 22,1 litros de cerveza, 76,4 kilos de hortalizas frescas, 119,1 kilos de frutas frescas, 12,4 kilos de platos preparados, 27,5 litros de agua embotellada y 24,8 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 (29,2%), pesca (12,7%), carne (14,8%), aceite (18,6%), frutas frescas (29,8%), hortalizas frescas (31,8%), leche (35,0%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,5%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-36,7%), platos preparados (-26,2%), frutas y hortalizas transformadas (-3,8%) y derivados lácteos (-0,6%).

DESVIACIÓN DE NAVARRA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN NAVARRA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
37 unidades de huevos	38 litros de agua mineral
27 kilos de frutas frescas	14 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
18 kilos de hortalizas frescas	1 kilos de queso
9 kilos de pan fresco y congelado	2 litros de zumo y néctar
3 kilos de pesca	1 kilo de carne congelada
8 kilos de carne fresca	4 kilos de platos preparados
21 litros de leche desnatada	
1 litros de vinos tranquilos	
2 litros de aceite de oliva	
1 kilo de patatas	

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En Navarra, hay 2.878 actividades para servicios de restauración y bares, en torno a un 1,0% 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	2.878	733	2.009	136	10.315
NAVARRA/ESPAÑA (%)	1,0	0,9	1,1	0,7	1,0

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).

## DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE NAVARRA

### DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

#### VINOS

NAVARRA \*  
 RIOJA (DOCA) \*\*/\*  
 CAVA \*\*/\*  
 PAGO ARÍNZANO \*  
 PAGO OTAZU \*  
 PRADO DE IRACHE \*  
 BOLANDÍN  
 LARRAINZAR

### DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

#### QUESOS

IDIAZABAL \*\*/\*  
 RONCAL \*

#### ACEITES

ACEITE DE NAVARRA \*

#### HORTALIZAS

PIMIENTO DEL PIQUILLO DE LODOSA \*

### MARCAS DE CALIDAD

ALIMENTOS ARTESANOS  
 PRODUCCIÓN INTEGRADA

### MARCA DE GARANTÍA

REYNO GOURMET

### AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA DE NAVARRA



### INDICACIONES GEOGRÁFICAS

#### BEBIDAS ESPIRITUOSAS

PACHARÁN NAVARRO \*

### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

#### HORTALIZAS

ALCACHOFA DE TUDELA \*  
 ESPÁRRAGO DE NAVARRA \*\*/\*

#### CARNES

TERNERA DE NAVARRA \*  
 CORDERO DE NAVARRA \*

#### VINOS

VINOS DE LA TIERRA 3 RIBERAS \*

\*\* Denominación compartida con otras CC AA / DOCs: Denominación de Origen Calificada / \* Inscrita en el Registro de la UE



# PAÍS VASCO

## AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Renta Agraria en el País Vasco se incrementó un 5,2% en 2021, a pesar de la subida de los costes de producción. En términos reales, la Producción Final Agraria (PFA) de los sectores agrícola y ganadero aumentó en valor un 6,5%, mientras que la Producción Final Agrícola (vegetal) creció un 11% en valor y la Producción Final Ganadera (PFG) lo hizo en un 1,2%.

En el aumento del valor generado por la PFA tuvo que ver la subida de los precios (5,2% de media) y de las producciones (5,5%). Por su lado, la producción agrícola (vegetal), creció en valor un 12,7%, debido a la subida del volumen producido (8,3%) y también al aumento de los precios medios (un 4,1% en conjunto). En este sentido destacó la subida de las producciones vitivinícolas por el aumento de la cosecha.

En cereal, los rendimientos obtenidos fueron buenos pero a pesar de ello la producción regional no fue tan buena como la de 2020.



Otro sector importante es el frutícola. El balance de las producciones fue malo en general, con caídas de cosecha del 61% en el caso del kiwi, o del 45% en el de la manzana de mesa. Igualmente, la pomarada fue mala y la producción de manzana de sidra descendió un 28%.

En el grupo de las hortalizas se obtuvieron cosechas desiguales, al igual que en los cereales (descensos en cebada y aumentos en maíz y trigo).

Sin embargo, la cosecha de patata mejoró mucho (7,4% más), pero no sucedió lo mismo con la remolacha azucarera (7,7% menos).

Por su lado, la Producción Final Ganadera (PFG) aumentó su valor un 2,9%, mientras que se produjo una caída de los censos ganaderos de las principales cabañas, incluidas las vacas lecheras.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS  
(Miles de toneladas)

PRODUCTO	2020	2021
AVENA	29,8	36
CEBADA	114,77	90,6
KIWI	0,9	0,1
LECHUGA	9,8	9
MAÍZ	0,6	0,9
MANZANAS DE MESA	2,5	2,8
MANZANAS DE SIDRA	9,7	4,4
NUEZ	0,5	0,6
PATATAS	53,8	57,8
PUERRO	3,7	3,5
REMOLACHA AZUCARERA	119,16	110
TOMATE	6,6	5,8
TRIGO	142,3	144,9
VINOS (miles de hl.)	651,8	662,7
CARNE DE OVINO	0,5	0,6
CARNE DE VACUNO	12,6	12,4
LECHE DE CABRA	0,36	0,3
LECHE DE OVEJA	5,2	5,2
LECHE DE VACA	172,8	170
HUEVOS (Millones de docenas)	28,3	28,2

FUENTE: MAPA



En 2021 se produjo un retroceso del 1,6% en la producción de leche de vaca, hasta las 170.000 toneladas.

Respecto a las carnes, la producción de carne de vacuno sufrió un descenso del 1,6%, mientras que aumentó un 55% la producción de carne de ovino, que no obstante siguió siendo muy inferior a la de vacuno. La aportación del sector ganadero a la renta la completan otras producciones más minoritarias como las de carne de equino, aves, conejo y porcino, así como una importante producción de huevos.

En cuanto a los precios destacó ese año la subida de la leche de vaca (3,4%), de los huevos (6,4%) y de los pollos (15%), en contraposición por la bajada de los precios de la carne de vacuno y de cerdo.

Respecto al comercio exterior, las exportaciones agroalimentarias alcanzaron un valor de 1.480,3 millones de euros, un 32% más que en 2020.

Finalmente, según datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), el sector agrario contaba a finales de 2021 con 9.100 personas ocupadas, un 13% más que el año anterior.

## PESCA EN EL PAÍS VASCO

En el País Vasco había 199 embarcaciones pesqueras en 2021, lo que suponía el 1,5% del total español.

PAÍS VASCO. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	95	2,7
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	50	8,2
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	28	1,9
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	5	0,3
Fabricación de productos lácteos	159	9,4
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	4	1
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	362	3,1
Fabricación de otros productos alimenticios	130	4
Fabricación de productos para alimentación animal	11	1,4
Fabricación de bebidas	480	9,3
<b>TOTAL</b>	<b>1.324</b>	<b>4,4</b>

Su arqueo llegaba hasta 89.990 GT (27,53% del total nacional) y su potencia rondaba los 144.206 CV (18,74%). La eslora promedio era de algo más de 30,72 metros, la mayor de todo el país, mientras que su antigüedad promedio era de 21 años, la menor de España. En 2021 había 2 buques bacaladeros. En esta comunidad autónoma 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.

En la comunidad vasca hay 7 establecimientos de producción acuícola que generan unos 20 puestos de trabajo. Las producciones acuícolas alcanzan un valor de 450.000 euros anuales. Finalmente, según datos del INE, había en 2021 un total de 50 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, tres menos 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	4.567	3,6
Industria cárnica	154	0,5
Industria de Pescado	358	5,6
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	25	0,2
Aceites y Grasas	30	0,3
Productos Lácteos	412	4,3
Molinería y almidones	0	0
Panadería y pastas alimenticias	451	5
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	97	2,8
Café, Té e infusiones	75	2,9
Espicias, salsas y condimentos	S/D	S/D
Platos y comidas preparadas	142	5,4
Preparados alimenticios homogeneizados	6	0,5
Otros productos diversos	87	3,5
Productos alimentación animal	1.047	6,8
Bebidas espirituosas	S/D	S/D
Vinos	636	8,5
Sidra y otras bebidas fermentadas	22	7,9
Cerveza y malta	6	0,2
Bebidas no alcohólicas	999	17,5

FUENTE: MAPA. Datos de 2019

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

El País Vasco cuenta con 2.213.993 habitantes y 7.089 km<sup>2</sup> de extensión, un 4,7% de la población y un 1,4% del territorio sobre el total nacional. Vizcaya y Guipúzcoa concentran cerca del 85% de la población. En función del gasto medio por persona, el poder de compra de los consumidores vascos supera en 19 puntos a la media nacional.

En el País Vasco hay 6.154 locales comerciales minoristas especializados en alimentación. Vizcaya tiene el 52,1%; Guipúzcoa, el 34,9%; y Álava, el 13,0%. En el conjunto de la comunidad hay 980 supermercados y 33 hipermercados, que suman un total de 637.889 m<sup>2</sup> y suponen una densidad comercial de 288,1 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes. Las actividades relacionadas con la venta ambulante o en mercadillos se cifran en 620, un 1,5% sobre el total nacional.

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EL PAÍS VASCO

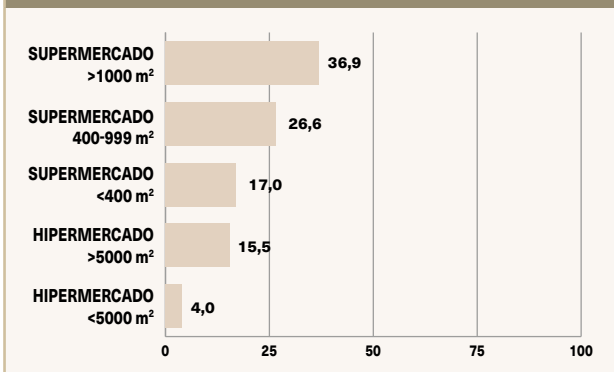
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
PAÍS VASCO	22.494	6.154	544	263	173	33	620
PAÍS VASCO/ ESPAÑA (%)	4,2	5,8	4,1	4,6	3,8	6,5	1,5

## CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2021, el País Vasco registró un gasto per cápita en alimentación de 1.944,2 euros (un 20,7% superior a la media nacional). Carne (20,8%), pescado (14,8%), frutas frescas (10,5%), derivados lácteos (7,1%), hortalizas frescas (7,4%), pan (4,4%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,8%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores del País Vasco cuentan con un gasto superior en huevos (32,3%), carne (25,8%), leche (20,7%), vino (28,1%), pescado (36,2%), aceite (38,1%), frutas y hortalizas transformadas (41,1%) y chocolates y cacao (40,6%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-62,0%), zumo y néctar (-4,2%), platos preparados (-9,8%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-15,2%).

### SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN PAÍS VASCO (%)



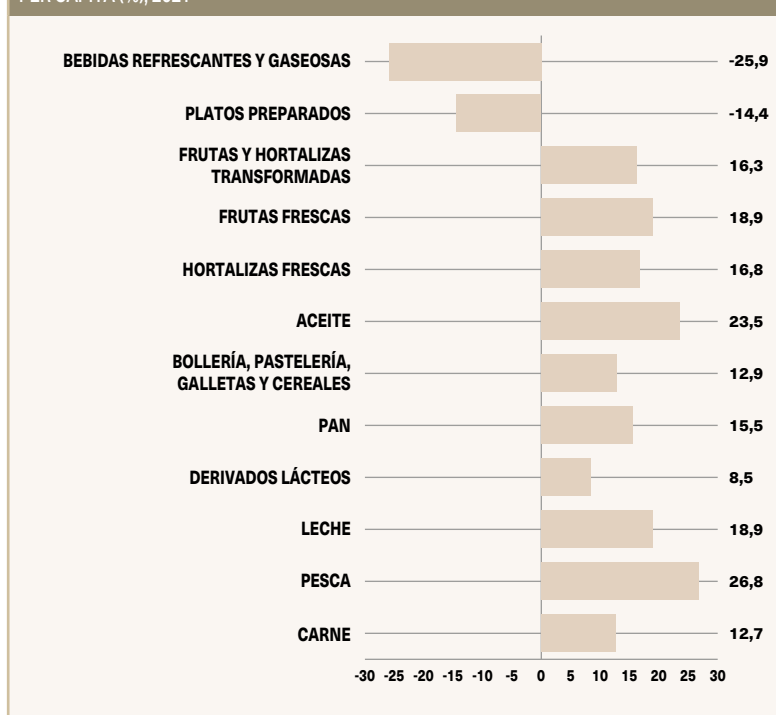
## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN EL PAÍS VASCO (HOGARES), 2021

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	28,2	1,4	32,3
CARNE	403,4	20,8	25,8
PESCA	287,8	14,8	36,2
LECHE	59,1	3,0	20,7
DERIVADOS LÁCTEOS	138,1	7,1	7,2
PAN	86,3	4,4	21,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	74,4	3,8	13,4
CHOCOLATES Y CACAOS	39,5	2,0	40,6
ACEITE	42,9	2,2	38,1
VINO	32,9	1,7	28,1
CERVEZAS	31,7	1,6	4,6
ZUMO Y NÉCTAR	7,9	0,4	-4,2
PATATAS	30,0	1,5	5,8
HORTALIZAS FRESCAS	143,2	7,4	27,4
FRUTAS FRESCAS	203,7	10,5	30,0
FRUTOS SECOS	37,0	1,9	35,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	41,1	2,1	41,1
PLATOS PREPARADOS	67,3	3,5	-9,8
CAFÉS E INFUSIONES	32,5	1,7	6,2
AGUA MINERAL	4,7	0,2	-62,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	31,3	1,6	-15,2
OTROS PRODUCTOS	121,3	6,2	9,3
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.944,2	100,0	20,7

En términos medios, durante el año 2021 cada persona del País Vasco consumió 180 huevos, 50,4 kilos de carne, 28,8 kilos de pescado, 83,8 litros de leche, 38,2 kilos de derivados lácteos, 34,7 kilos de pan, 14,2 litros de aceite, 20,5 litros de cerveza, 67,7 kilos de hortalizas frescas, 109,2 kilos de frutas frescas, 14,4 kilos de platos preparados, 20,7 litros de agua embotellada y 29,1 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 (12,7%), pescado (26,8%), leche (18,9%), frutas frescas (18,9%), pan (15,5%), aceite (23,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (12,9%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-25,9%) y en platos preparados (-14,4%).

## DESVIACIÓN DE PAÍS VASCO CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



## CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL PAÍS VASCO EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
40 unidades de huevos	45 litros de agua mineral
17 kilos de frutas frescas	10 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
13 litros de leche líquida	1 litros de cerveza
5 kilos de pescado fresco	2 kilo de platos preparados
5 kilos de pan	1 kilo de helados y tartas
3 kilos de carne de vacuno	1 kilo de queso
1 kilo de carne de pollo	1 litro de batidos de leche
10 kilos de hortalizas frescas	1 kilo de carne congelada
3 kilos de yogurt	1 kilo de pastas
3 litros de aceite	1 litro de zumo y néctar
1 kilos patatas	

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares alcanzan los 12.247 locales –un 4,5% sobre el total de España-. Vizcaya cuenta con el 54,2%, el 31,2% Guipúzcoa y el

14,6% 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	12.247	3.780	8.159	308	27.423
PAÍS VASCO/ESPAÑA (%)	4,5	4,6	4,7	1,6	2,6

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).



## 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 NATURAL DEL PAÍS VASCO)

### INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

#### CARNES

EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) \*

#### HORTALIZAS

GERNIKAKO PIPERRA (PIMIENTO DE GERNIKA) \*

### AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE AGRICULTURA Y ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA DE EUSKADI (ENEK)

### MARCA DE GARANTÍA

#### FRUTAS Y HORTALIZAS

EUSKAL BASERRI (PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DEL PAÍS VASCO)



#### PESCADO

CONSERVAS  
 ANCHOA DEL CANTÁBRICO DEL PAÍS VASCO  
 BONITO DEL CANTÁBRICO DEL PAÍS VASCO

### EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

#### ACEITE

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

#### CARNES

EUSKAL BASERRIKO OILASKOA (POLLO DE CASERÍO VASCO)  
 EUSKAL ESNE BILDOTSA (CORDERO LECHAL DEL PAÍS VASCO)  
 EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) \*  
 EUSKAL BASERRIKO TXERRIA (CERDO DE CASERÍO) \*

#### FRUTAS Y HORTALIZAS

ARABAKO PATATA (PATATA DE ÁLAVA)  
 IBARRAKO PIPARRAK (GUINDILLAS DE IBARRA)  
 EUSKAL TOMATEA (TOMATE DEL PAÍS VASCO)  
 EUSKAL LETXUGA (LECHUGA DEL PAÍS VASCO)  
 GERNIKAKO PIPERRA (PIMIENTO DE GERNIKA) \*

#### LEGUMBRES

ARABAKO BABARRUN PINTOA (ALUBIA PINTA ALAVESA)  
 TOLOSAKO BABARRUNA (ALUBIA DE TOLOSA)  
 ARABAKO BABARRUN ARROZINA  
 (ALUBIA ARROCINA ALAVESA)

#### MIEL

EZTIA (MIEL)

#### OTRAS BEBIDAS

SIDRA GORENAK

#### PESCADO

HEGALUZZA (BONITO DEL NORTE)

#### LÁCTEOS

EUSKAL ESNEA (LECHE DEL PAÍS VASCO)

#### HUEVOS

EUSKAL BASERRIKO ARRAUTZA (HUEVO DE CASERÍO VASCO)

\*\* Denominación compartida con otras CC AA / DOCA: Denominación de Origen Calificada / \* Inscrita en el Registro de la UE

# REGIÓN DE MURCIA

## AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de la Región de Murcia en 2021 ascendió a 2.956 millones de euros, de los que la Producción Final Vegetal aportó 2.103 millones de euros y la Producción Final Ganadera otros 830 millones de euros. El resto de la PFA (unos 23 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 1.215 millones de euros.

El 75% de la PFA procede de producciones vegetales y a efectos de calcular la renta agraria, el valor generado por las hortalizas murcianas representa el 47% de la PFV, mientras que las frutas frescas aportan el 17%, los cítricos el 14% y las flores-plantas el 5% (el resto son otras producciones).

La Región de Murcia lidera la producción nacional de frutas y hortalizas, sobresaliendo por su producción de albaricoque, limón, pomelo, apio, brócoli y alcachofa.

El subsector de las hortalizas tuvo un balance positivo en 2021, a pesar de las caídas en algunas cosechas. Murcia lidera la cosecha nacional de brócoli y en 2021 su producción disminuyó un 5% hasta las 238.000 toneladas. También se redujo su cosecha de tomate (9%), pero fueron superiores las cosechas de alcachofa, calabacín, lechuga, pimiento, etc., por lo que el balance para el sector fue positivo.



Igualmente, la producción de cítricos fue buena en producción, a pesar de que el limón sufrió una importante caída (9%). Murcia aportó el 60% de la cosecha nacional aproximadamente, con una producción de 641.300 toneladas. A esta producción se sumaron otras 35.500 toneladas de pomelo, un 5% más; 123.000 toneladas de mandarina y 127.000 toneladas de naranjas.

Por su lado, la producción de uva de mesa aumentó un 10%, pero la de uva de vinificación disminuyó y finalmente su producción de vino quedó por debajo de la de 2020 (un 12%, con 748.500 hectolitros). La mayor parte de estos vinos eran caldos con Denominación de Origen Protegida o IGP.

En cuanto al aceite de oliva, la producción murciana de la campaña 2019/2020 rondó las 11.400 toneladas y la de la campaña 2021/2022 disminuyó un 10% hasta las 10.260 toneladas.

Dentro del sector ganadero el subsector que más aporta es el porcino, que supera en valor anualmente los 400 millones de euros, el 60% de todo la PFG. En 2021 aumentó la producción un 2% hasta las 369.200 toneladas. También tuvieron mejores 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 en 2021 fue leche de vaca (63.800 toneladas, aunque también hay producciones de leche de cabra (50.800 toneladas) y de oveja (mucho más minoritaria), que abastecen a la industria quesera.

En cuanto al comercio exterior, las exportaciones agroalimentarias crecieron de nuevo en 2021. Así, el valor alcanzado por las ventas al exterior ascendió a 6.081,8 millones de euros, el 10,3% del total nacional y un 9,9% más que en 2020.

Finalmente, según la Encuesta de Población Activa al acabar 2020 la población ocupada en el sector agrario de la Región de Murcia ascendía a 73.200 personas, muy por encima del año anterior.

## PESCA EN LA REGIÓN DE MURCIA

La flota pesquera murciana estaba compuesta en 2021 por 181 embarcaciones (3 más que un año antes), lo que supuso algo menos del 2,07% del total nacional. Su arqueo llegó a 3.456,5 GT (1,06%), su potencia a 13.091 CV (1,7%) y su eslora promedio se situó en 11,2 metros. La antigüedad media de todas esas embarcaciones era de 36 años. En estos barcos trabajaban 523 personas, 20 más que un año antes, según los datos del Centro Regional de Estadística.

En 2021, Murcia contaba con 4 cofradías de pescadores, integradas en la Federación Nacional. La pesca fresca subastada en las lonjas en 2021 ascendió a 3.939,6 toneladas, por un valor de algo más de 15,6 millones de euros. Respecto al año anterior, se produjo un descenso de más de 1.000 toneladas en las capturas.

Los peces sumaron casi la totalidad de la producción pesquera (algo más de 3.714 toneladas) y dentro de ellos, los más vendidos en las lonjas fueron la alacha, el boquerón y la sardina. También se pescaron ese año 154 toneladas de crustáceos, gambas fundamentalmente, y 70 toneladas de moluscos, entre los que destacó el pulpo. Por su lado, la producción acuícola alcanzó un valor de 85 millones de euros y un volumen de más de 8.540 toneladas. Murcia destaca en producción de atún (es la primera región en engorde y

REGIÓN DE MURCIA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS		
Subsectores	2021	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	93	2,6
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	22	3,8
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	142	9,8
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	32	1,9
Fabricación de productos lácteos	45	2,7
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	9	2,3
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	426	3,6
Fabricación de otros productos alimenticios	182	5,6
Fabricación de productos para alimentación animal	27	3,5
Fabricación de bebidas	91	1,8
<b>TOTAL</b>	<b>1.069</b>	<b>3,5</b>

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2020	2021
ACEITE DE OLIVA	11,4	10,26
ALBARICOQUES	64,5	54,7
ALCACHOFAS	89,8	94,8
ALMENDRA CÁSCARA	29,2	35,2
APIO	70	83
BRÓCOLI	250,4	238
CALABACÍN	17,6	18,2
CEBADA	72,66	35,8
CEBOLLAS	34,2	47,7
CIRUELAS	14,3	14,6
COLIFLORES	34,1	35,2
ESPINACAS	23,5	27,8
LECHUGAS	404,3	419
LIMONES	707	641,3
MANDARINAS-CLEMENTINAS	121	123,6
MELOCOTONES	225	209,7
MELONES	178,6	205,6
NARANJAS	120,8	127
NECTARINAS	77	89,3
PATATAS	152,6	164,2
PEPINO	18,9	20,3
PERAS	23,3	27,9
PIMIENTOS	165,0	173,7
POMELO	33,7	35,5
SANDÍAS	206,4	202,3
TOMATES	217,2	197
TRIGO	27,1	18
UVAS DE MESA	174,8	192,7
VINOS (miles de hl.)	854,9	748,5
LECHE DE VACA	66	63,8
LECHE DE CABRA	51,3	50,8
CARNE DE VACUNO	24,2	21,6
CARNE DE PORCINO	361,7	369,2
CARNE DE OVINO	12,6	12,8
CARNE DE CONEJO	0,22	0,26
CARNE DE CAPRINO	1,22	1,27
CARNE DE AVES	43	43,40
HUEVOS (Millones de docenas)	32,6	32,5

FUENTE: MAPA

representa el 70% de su producción), lubina, dorada y corvina. Según datos del INE, había en 2021 un total de 22 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, 4 menos que un año antes. ■

## DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La Región de Murcia tiene 1.518.486 habitantes y ocupa una superficie de 11.313 km<sup>2</sup>, un 3,2% y de un 2,3% sobre el total nacional, respectivamente. El poder de compra de los consumidores murcianos, tomando como referencia el gasto medio por persona, es inferior a la media nacional en 13,7 puntos.

En esta comunidad autónoma hay 16.828 actividades comerciales minoristas. Aquellas que se ciñen específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 2.739. En la Región de Murcia hay 629 supermercados y 12 hipermercados –estos 641 establecimientos suponen 444.032 m<sup>2</sup> y generan una densidad comercial de 292,4 m<sup>2</sup> cada 1.000 habitantes–. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos ascienden a 2.046, un 5,0% del total nacional.

### DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN MURCIA

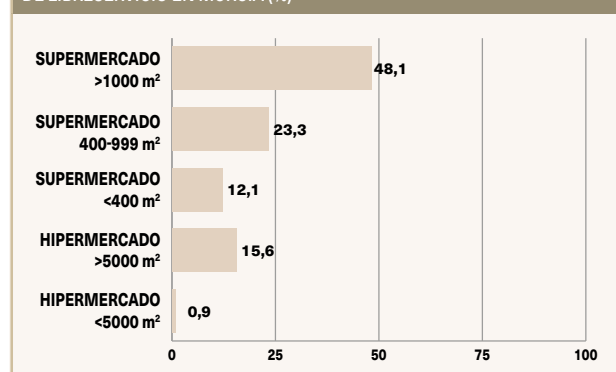
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m <sup>2</sup> )	Supermercados medianos (400-999 m <sup>2</sup> )	Supermercados grandes (> 1.000 m <sup>2</sup> )	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
REGIÓN DE MURCIA	16.828	2.739	303	168	158	12	2.046
REGIÓN DE MURCIA/ ESPAÑA (%)	3,1	2,6	2,3	2,9	3,4	2,4	5,0

## CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2021, la Región de Murcia registró un gasto per cápita en alimentación de 1.624,7 euros (un 0,9% superior a la media nacional). Carne (18,8%), pescado (12,7%), frutas frescas (11,2%), derivados lácteos (7,9%), hortalizas frescas (7,6%), platos preparados (5,1%), pan (4,3%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (3,7%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de la Región de Murcia cuentan con un gasto superior en agua mineral (31,4%), cervezas (13,6%), patatas (5,3%), hortalizas frescas (10,0%), frutas frescas (16,4%), platos preparados (10,8%) y bebidas refrescantes y gaseosas (9,9%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-20,2%), aceite (-26,6%), carne (-4,9%), leche (-1,8%), pescado (-2,3%) y zumo y néctar (14,9%).

### 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/ ESPAÑA	
	MURCIA Cifra de Negocio	ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	6.206	4,9
Industria cárnica	1.616	5,6
Industria de Pescado	141	2,2
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	1406	12,7
Aceites y Grasas	30	0,3
Productos Lácteos	150	1,6
Molinería y almidones	51	1,3
Panadería y pastas alimenticias	126	1,4
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	329	9,6
Café, Té e infusiones	14	0,5
Espicias, salsas y condimentos	378	29
Platos y comidas preparadas	119	4,5
Preparados alimenticios homogenizados	238	23,3
Otros productos alimenticios	216	8,8
Productos alimentación animal	1.035	6,7
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	92	6,9
Vinos	170	2,3
Sidra y otras bebidas fermentadas	0	0
Cerveza y malta	75	2
Bebidas no alcohólicas	20	0,3

FUENTE: MAPA. Datos de 2019



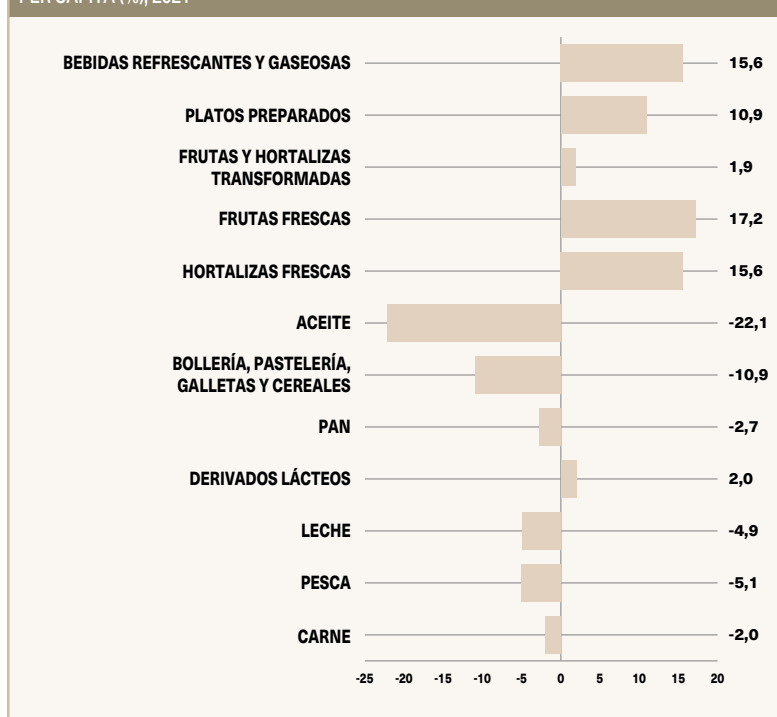
## ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN MURCIA (HOGARES), 2021

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,1	1,2	-5,9
CARNE	305,0	18,8	-4,9
PESCA	206,5	12,7	-2,3
LECHE	48,1	3,0	-1,8
DERIVADOS LÁCTEOS	129,1	7,9	0,2
PAN	69,1	4,3	-2,8
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	59,3	3,7	-9,5
CHOCOLATES Y CACAOS	27,6	1,7	-1,5
ACEITE	22,8	1,4	-26,6
VINO	20,5	1,3	-20,2
CERVEZAS	34,4	2,1	13,6
ZUMO Y NÉCTAR	7,0	0,4	-15,5
PATATAS	29,9	1,8	5,3
HORTALIZAS FRESCAS	123,5	7,6	10,0
FRUTAS FRESCAS	182,4	11,2	16,4
FRUTOS SECOS	26,6	1,6	-2,5
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	30,2	1,9	3,6
PLATOS PREPARADOS	82,7	5,1	10,8
CAFÉS E INFUSIONES	31,8	2,0	3,9
AGUA MINERAL	16,2	1,0	31,4
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	40,5	2,5	9,9
OTROS PRODUCTOS	111,5	6,9	0,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.624,7	100,0	0,9

En términos medios, durante el año 2021 cada persona en la Región de Murcia consumió 138 huevos, 43,9 kilos de carne, 21,6 kilos de pescado, 67,0 litros de leche, 35,9 kilos de derivados lácteos, 29,3 kilos de pan, 9,0 litros de aceite, 26,0 litros de cerveza, 67,0 kilos de hortalizas frescas, 107,6 kilos de frutas frescas, 18,6 kilos de platos preparados, 74,7 litros de agua embotellada y 45,3 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 (15,6%), platos preparados (10,9%), frutas y hortalizas transformadas (1,9%), frutas frescas (17,2%) y hortalizas frescas (15,6%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-22,1%), pescado (-5,1%), leche (-4,9%), carne (-2,0%) y pan (-2,7%).

## DESVIACIÓN DE REGIÓN DE MURCIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2021



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN MURCIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2021

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
9 litros de agua mineral	2 unidades de huevos
4 litros de cerveza	3 litros de leche líquida
1 kilo de conservas de pescado	1 kilos de pan
1 litro de batidos de leche	1 kilos de carne
16 kilos frutas frescas	3 kilos de pescado
9 kilos hortalizas frescas	2 litros de leches fermentadas
1 kilo queso	3 litros de aceite de oliva
	1 litros de vinos y derivados
	1 kilo de yogurt
	1 kilo de carne de cerdo

## HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En Murcia hay 7.486 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	7.486	1.860	4.999	627	12.673
MURCIA/ESPAÑA (%)	2,7	2,3	2,9	3,3	1,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2022) e INE (2022).



## 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.	14
ACEITES DE OLIVA DE ESPAÑA	INTERIOR CONTRAPORTADA
ANECOOP SDAD. COOP.	141
CAJAMAR CAJA RURAL, SOCIEDAD COOPERATIVA DE CRÉDITO	37
CAMPOFRIO FOOD GROUP, S.A.U.	257
CENTRAL LECHERA ASTURIANA - CAPSA	211
CMR GROUP	DESPLIEGABLE PORTADA
CONSORCIO DEL CHORIZO ESPAÑOL	261
CUPALMA - COOPERATIVAS UNIDAS DE LA PALMA	151
EL POZO ALIMENTACIÓN, S.A.	243
GIROPOMA COSTA BRAVA, S.L.	149
GRUPO AGF FASHION, S.L.	171
GRUPO LECHE RÍO	221
GRUPO NUFRI	147
IBÉRICA DE PATATAS SELECTAS, S.L. (GRUPO IBÉRICA)	165
INDUSTRIAS CÁRNICAS VILLAR S.A.	263
INTERFISH - ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL PESQUERA	291
MERCABARNA	43
MERCAMADRID	5
MERCAMÁLAGA	302
MERCAMURCIA	274
MERCASA	42 Y 197
MERCASALAMANCA	265
PIMENTÓN DE LA VERA C.R.D.O.P	397
QUEIXO TETILLA, C.R.D.O.P.	237
QUESO DE MURCIA Y QUESO DE MURCIA AL VINO, C.R.D.O.P.	239
REAL CASA DE LA MONEDA- FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE	431
REYNO GOURMET - INTIA	577
SERPESKA, S.A. (GRUPO MOZOS)	303
STEF IBERIA, S.A.U.	77
SYNGENTA ESPAÑA, S.A.	161
UVA DE MESA EMBOLSADA DEL VINALOPÓ D.O.P.	201
UVASDOCE	CONTRAPORTADA

---

# SOMOS UNO DE LOS PAÍSES MÁS SALUDABLES DEL MUNDO



[aceitesdeolivadeespana.com](http://aceitesdeolivadeespana.com)



ACEITES DE OLIVA  
DE ESPAÑA

PARA TODA UNA VIDA

# UVAS CON ALMA



UVAS DOCE  
**FRESH**™

@uvasdoce



#UVASCONALMA  
#COMPARTETUALMA