



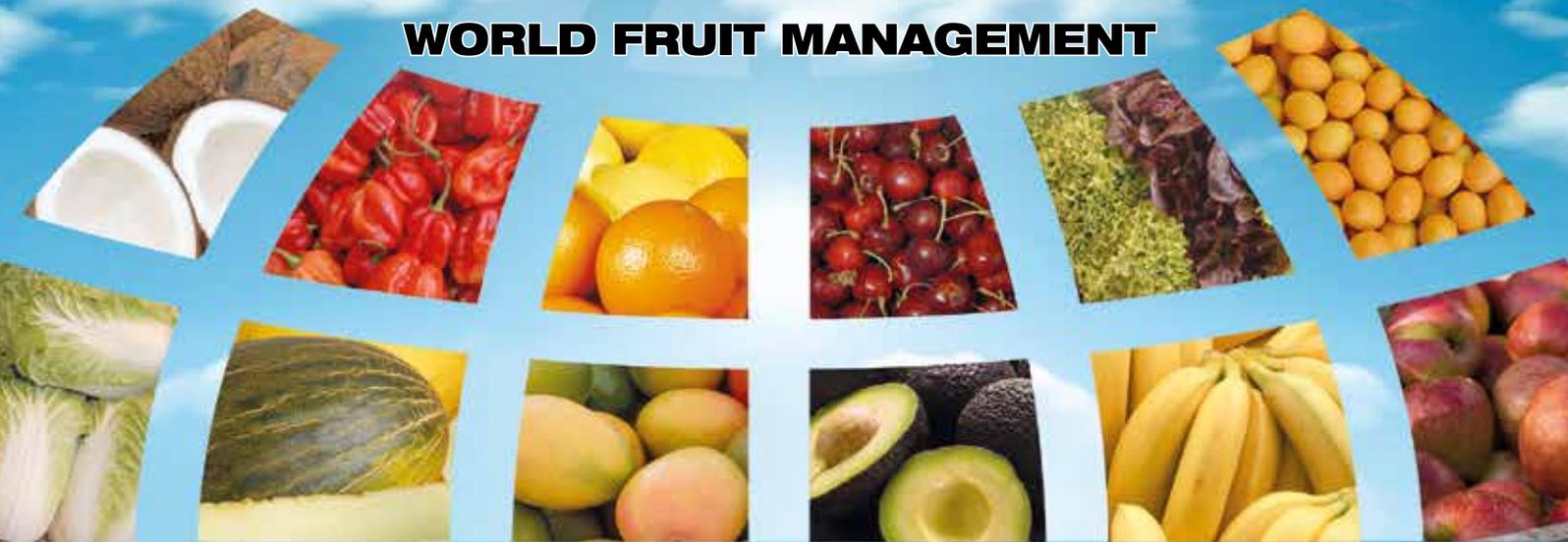
mercasa

**Alimentación
en España 2024**

PRODUCCIÓN INDUSTRIA DISTRIBUCIÓN CONSUMO



WORLD FRUIT MANAGEMENT



Un grupo internacional de
gestión hortofrutícola
le está esperando



Para sumar esfuerzos...



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

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

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

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

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

CONFIANZA, SEGURIDAD, PROYECCIÓN INTERNACIONAL, RENTABILIDAD.



FRUITS CMR

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

Mercabarna

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

CMR MADRID

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

CMR HOLLAND

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

CMR FRANCE

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

CMR MAROC

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

CMR BRASIL

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

CMR PORTUGAL

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



GESTIÓN MUNDIAL HORTOFRUTÍCOLA

Marcas propias comercializadas:



Un grupo internacional de gestión hortofrutícola le está esperando

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

La unión hace la fuerza

www.cmrgroup.es

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

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2024

PRODUCCIÓN · INDUSTRIA · DISTRIBUCIÓN · CONSUMO

mercasa



ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA

PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

27ª EDICIÓN 2024/2025

EDITA: MERCASA – DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

MERCASA

PRESIDENTE: JOSÉ MIÑONES CONDE

DIRECTORA DE DESARROLLO CORPORATIVO Y PERSONAS: MAYTE CASTILLO PASALODOS

DIRECTOR DE LA PUBLICACIÓN: ÁNGEL JUSTE MATA

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

EDICIÓN, DISEÑO, MAQUETACIÓN E IMPRESIÓN: EDITORIAL MIC

SECRETARÍA DE REDACCIÓN: LAURA ONCINA VÁZQUEZ

GESTIÓN DE PUBLICIDAD: SILVIA DE SANTOS ARRANZ

REDES SOCIALES: FELIPE GUIJARRO ALONSO

mercasa



D.L. M-35704-2012

ISBN: 84-695-6171-5

Mercasa agradece la colaboración de todas aquellas personas, empresas e instituciones que han hecho posible la edición de este libro. La realización de las fotografías que ilustran este libro ha sido posible gracias a las facilidades prestadas por mercados municipales, tiendas de alimentación especializadas, hipermercados, supermercados, bares y restaurantes de toda España.

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

ÍNDICE DE LA INFORMACIÓN POR SECTORES.....	4	INFORMACIÓN POR SECTORES	89
ÍNDICE DE LA INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS.....	5	CEREALES	90
MERCASA, LA EFICACIA DE LA COMERCIALIZACIÓN ALIMENTARIA LUIS PLANAS PUCHADES.....	8	CEBADA.....	93
COMPROMISO CON EL PROGRESO DE LA CADENA ALIMENTARIA BELÉN GUALDA GONZÁLEZ.....	10	TRIGO.....	94
MOVILIDAD Y LOGÍSTICA SOSTENIBLE AL SERVICIO DE LA CADENA ALIMENTARIA JOSÉ MIÑONES CONDE.....	12	MAÍZ.....	95
		ARROZ.....	96
		SORGO.....	97
DATOS BÁSICOS	15	HARINAS	99
PRINCIPALES RESULTADOS MACROECONÓMICOS DE LA AGRICULTURA Y LA GANADERÍA.....	16	PAN.....	100
COMERCIO EXTERIOR AGROALIMENTARIO.....	23	GALLETAS	107
INDUSTRIA ALIMENTARIA.....	27	PASTELERÍA INDUSTRIAL	109
ESTRUCTURA DEL COMERCIO MINORISTA.....	30	CEREALES PARA EL DESAYUNO	115
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS MINORISTAS.....	31	PASTAS ALIMENTICIAS	117
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....	32	CUSCUS	118
CONSUMO ALIMENTARIO.....	34	ARROZ	121
GASTO Y CONSUMO PER CÁPITA EN HOGARES.....	38	LEGUMBRES	127
COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	40	FRUTAS Y HORTALIZAS	139
CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS FUERA DEL HOGAR.....	41	FRUTAS.....	143
CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE ALIÑO.....	42	CÍTRICOS.....	152
CONSUMO Y GASTO EN AGUA ENVASADA.....	44	FRUTOS SECOS.....	155
CONSUMO Y GASTO EN ARROZ.....	46	HORTALIZAS.....	159
CONSUMO Y GASTO EN BATIDOS.....	48	FRUTAS Y HORTALIZAS.....	168
CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS.....	50	CONSERVAS DE VERDURAS.....	179
CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA.....	52	VEGETALES CONGELADOS.....	180
CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ.....	54	ZUMOS.....	185
CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS.....	56	PATATAS FRITAS Y SNACKS.....	189
CONSUMO Y GASTO EN CERVEZA.....	58	FRUTOS SECOS.....	190
CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS.....	60	LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS	208
CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS.....	62	LECHE DE CONSUMO.....	214
CONSUMO Y GASTO EN HELADOS Y GRANIZADOS.....	64	PRODUCTOS LÁCTEOS REFRIGERADOS.....	219
CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS.....	66	HELADOS.....	222
CONSUMO Y GASTO EN INFUSIONES.....	68	QUESOS.....	223
CONSUMO Y GASTO EN LECHE.....	70	MANTEQUILLA.....	228
CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES.....	72	CARNES	238
CONSUMO Y GASTO EN PAN.....	74	PORCINO.....	239
CONSUMO Y GASTO EN PASTAS.....	76	VACUNO.....	241
CONSUMO Y GASTO EN PESCADOS Y MARISCOS.....	78	OVINO Y CAPRINO.....	244
CONSUMO Y GASTO EN REFRESCOS.....	80	CARNE DE AVES.....	246
CONSUMO Y GASTO EN SIDRA.....	82	CARNE DE CONEJO.....	249
CONSUMO Y GASTO EN VINO Y DERIVADOS.....	84	CARNE DE EQUINO.....	250
CONSUMO Y GASTO EN ZUMO.....	86	CARACOL DE TIERRA.....	250
		CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS.....	252
		ELABORADOS CÁRNICOS.....	258
		JAMÓN BLANCO CURADO.....	260
		JAMÓN IBÉRICO.....	261
		PRODUCTOS DE CASQUERÍA.....	262

HUEVOS	278	CAFÉ	400
OVOPRODUCTOS	282	INFUSIONES	405
PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA	286	CERVEZA	410
PESCADO Y MARISCO FRESCO	296	AGUAS ENVASADAS	415
PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS	298	VINO Y MOSTO	420
CONSERVAS DE PESCADO	299	VINO	425
ACUICULTURA	301	VINOS DE LA TIERRA CON IGP	426
AHUMADOS	302	VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN	428
PESCADOS EN SALAZÓN	303	CAVA	429
CAVIAR Y SUCEDÁNEOS	303	MOSTO	431
ACEITE DE OLIVA	305	BEBIDAS ESPIRITUOSAS	455
ACEITUNA DE MESA	323	SIDRA	465
OLEAGINOSAS	334	VERMÚ	469
ACEITES DE SEMILLAS	338	BEBIDAS REFRESCANTES	470
MARGARINA	342	AGRICULTURA Y GANADERÍA ECOLÓGICA	475
AZÚCAR	345	INFORMACIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS	487
CARAMELOS	352	ANDALUCÍA	488
TURRONES Y MAZAPANES	354	ARAGÓN	494
MIEL	359	ASTURIAS	500
CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO	368	CANARIAS	506
PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS	373	CANTABRIA	512
PIZZA FRESCA, SANDWICH Y BOCADILLOS	375	CASTILLA-LA MANCHA	518
ALIMENTOS PROCESADOS DE ORIGEN VEGETAL	376	CASTILLA Y LEÓN	524
PLATOS DE OTRAS CULTURAS	376	CATALUÑA	530
CALDOS Y SOPAS	380	COMUNIDAD DE MADRID	536
PRODUCTOS DIETÉTICOS		COMUNIDAD VALENCIANA	542
Y FUNCIONALES	382	EXTREMADURA	548
PRODUCTOS FUNCIONALES	383	GALICIA	554
ALIMENTACIÓN PARA DEPORTISTAS	384	ISLAS BALEARES	560
ALIMENTACIÓN INFANTIL	385	LA RIOJA	566
ALIMENTOS PARA NIÑOS	386	NAVARRA	572
ESPECIAS Y CONDIMENTOS	387	PAÍS VASCO	578
SALSAS	388	REGIÓN DE MURCIA	584
SAL	394		
VINAGRE	397		

INFORMACIÓN POR SECTORES	89	MANTEQUILLA.....	228	AZÚCAR.....	345
CEREALES.....	90	DENOMINACIONES DE ORIGEN E		CARAMELOS.....	352
CEBADA.....	93	INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS		TURRONES Y MAZAPANES.....	354
TRIGO.....	94	Y OTRAS MARCAS DE CALIDAD		MIEL.....	359
MAÍZ.....	95	EN EL SECTOR DE QUESOS.....	229	DENOMINACIONES DE ORIGEN	
ARROZ.....	96	CARNES.....	238	Y DE CALIDAD DIFERENCIADA	
SORGO.....	97	PORCINO.....	239	EN EL SECTOR DE LA MIEL.....	365
HARINAS.....	99	VACUNO.....	241	CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO	368
PAN.....	100	OVINO Y CAPRINO.....	244	PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS	373
DENOMINACIONES DE ORIGEN		CARNE DE AVES.....	246	PIZZA FRESCA, SANDWICH Y BOCADILLOS	375
Y DE CALIDAD DIFERENCIADA		CARNE DE CONEJO.....	249	ALIMENTOS PROCESADOS DE ORIGEN	
EN EL SECTOR DE HARINAS Y PANES.....	104	CARNE DE EQUINO.....	250	VEGETAL.....	376
GALLETAS.....	107	CARACOL DE TIERRA.....	250	PLATOS DE OTRAS CULTURAS.....	376
PASTELERÍA INDUSTRIAL.....	109	CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS.....	252	CALDOS Y SOPAS.....	380
DENOMINACIONES DE ORIGEN		ELABORADOS CÁRNICOS.....	258	PRODUCTOS DIETÉTICOS	
Y DE CALIDAD DIFERENCIADA		JAMÓN BLANCO CURADO.....	260	Y FUNCIONALES.....	382
EN EL SECTOR DE GALLETAS, BOLLERÍA		JAMÓN IBÉRICO.....	261	PRODUCTOS FUNCIONALES.....	383
Y DULCES.....	113	PRODUCTOS DE CASQUERÍA.....	262	ALIMENTACIÓN PARA DEPORTISTAS.....	384
CEREALES PARA EL DESAYUNO.....	115	DENOMINACIONES DE ORIGEN		ALIMENTACIÓN INFANTIL.....	385
PASTAS ALIMENTICIAS.....	117	Y DE CALIDAD DIFERENCIADA		ALIMENTOS PARA NIÑOS.....	386
CUSCUS.....	118	EN EL SECTOR DE CARNES.....	263	ESPECIAS Y CONDIMENTOS.....	387
ARROZ.....	121	DENOMINACIONES DE ORIGEN		SALSAS.....	388
DENOMINACIONES DE ORIGEN		Y DE CALIDAD DIFERENCIADA		DENOMINACIONES DE ORIGEN	
Y DE CALIDAD DIFERENCIADA		EN EL SECTOR DE JAMONES.....	270	Y DE CALIDAD DIFERENCIADA	
EN EL SECTOR DEL ARROZ.....	125	DENOMINACIONES DE ORIGEN		EN EL SECTOR DE CONDIMENTOS.....	391
LEGUMBRES.....	127	Y DE CALIDAD DIFERENCIADA		SAL.....	394
DENOMINACIONES DE ORIGEN		EN EL SECTOR DE EMBUTIDOS, SALAZONES		VINAGRE.....	397
Y DE CALIDAD DIFERENCIADA		Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS.....	274	DENOMINACIONES DE ORIGEN	
EN EL SECTOR DE LEGUMBRES.....	135	HUEVOS.....	278	Y DE CALIDAD DIFERENCIADA	
FRUTAS Y HORTALIZAS.....	139	OVOPRODUCTOS.....	282	EN EL SECTOR DEL VINAGRE.....	399
FRUTAS.....	143	DENOMINACIONES DE ORIGEN		CAFÉ.....	400
CÍTRICOS.....	152	Y DE CALIDAD DIFERENCIADA		INFUSIONES.....	405
FRUTOS SECOS.....	155	EN EL SECTOR DE HUEVOS.....	282	CERVEZA.....	410
HORTALIZAS.....	159	PRODUCTOS DE LA PESCA		AGUAS ENVASADAS.....	415
FRUTAS Y HORTALIZAS.....	168	Y LA ACUICULTURA.....	286	VINO Y MOSTO.....	420
CONSERVAS DE VERDURAS.....	179	PESCADO Y MARISCO FRESCO.....	296	VINO.....	425
VEGETALES CONGELADOS.....	180	PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS.....	298	VINOS DE LA TIERRA CON IGP.....	426
ZUMOS.....	185	CONSERVAS DE PESCADO.....	299	VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN.....	428
PATATAS FRITAS Y SNACKS.....	189	ACUICULTURA.....	301	CAVA.....	429
FRUTOS SECOS.....	190	AHUMADOS.....	302	MOSTO.....	431
DENOMINACIONES DE ORIGEN		PESCADOS EN SALAZÓN.....	303	DENOMINACIONES DE ORIGEN	
Y DE CALIDAD DIFERENCIADA		CAVIAR Y SUCEDÁNEOS.....	303	Y DE CALIDAD DIFERENCIADA	
EN EL SECTOR DE FRUTAS.....	194	DENOMINACIONES DE ORIGEN		EN EL SECTOR DEL VINO.....	435
DENOMINACIONES DE ORIGEN		Y DE CALIDAD DIFERENCIADA		BEBIDAS ESPIRITUOSAS.....	455
Y DE CALIDAD DIFERENCIADA		EN EL SECTOR DE LA PESCA		DENOMINACIONES DE ORIGEN	
EN EL SECTOR DE HORTALIZAS.....	200	Y LA ACUICULTURA.....	304	Y DE CALIDAD DIFERENCIADA	
DENOMINACIONES DE ORIGEN		ACEITE DE OLIVA.....	305	EN EL SECTOR DE BEBIDAS	
Y DE CALIDAD DIFERENCIADA		DENOMINACIONES DE ORIGEN		ESPIRITUOSAS.....	460
EN EL SECTOR DE FRUTOS SECOS.....	207	Y DE CALIDAD DIFERENCIADA		SIDRA.....	465
LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS.....	208	EN EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA.....	314	VERMÚ.....	469
LECHE DE CONSUMO.....	214	ACEITUNA DE MESA.....	323	DENOMINACIONES DE ORIGEN	
PRODUCTOS LÁCTEOS REFRIGERADOS.....	219	DENOMINACIONES DE ORIGEN		Y DE CALIDAD DIFERENCIADA	
DENOMINACIONES DE ORIGEN		Y DE CALIDAD DIFERENCIADA		EN EL SECTOR DE SIDRAS.....	469
Y DE CALIDAD DIFERENCIADA		EN EL SECTOR DE ACEITUNA DE MESA.....	333	BEBIDAS REFRESCANTES.....	470
EN EL SECTOR DE LECHE Y PRODUCTOS		OLEAGINOSAS.....	334	AGRICULTURA Y GANADERÍA	
LÁCTEOS.....	220	ACEITES DE SEMILLAS.....	338	ECOLÓGICA.....	475
HELADOS.....	222	MARGARINA.....	342		
QUESOS.....	223				

INFORMACIÓN POR COMUNIDADES487		
ANDALUCÍA.....488	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA-LA MANCHA.....524	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....557
AGRICULTURA Y GANADERÍA.....488	CASTILLA Y LEÓN.....525	CONSUMO ALIMENTARIO.....557
PESCA EN ANDALUCÍA.....488	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....525	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....559
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....490	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....527	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE GALICIA.....560
CONSUMO ALIMENTARIO.....490	CONSUMO ALIMENTARIO.....527	ISLAS BALEARES.....561
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....492	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....529	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....561
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ANDALUCÍA.....493	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA Y LEÓN.....530	PESCA EN ISLAS BALEARES.....561
ARAGÓN.....494	CATALUÑA.....531	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....563
AGRICULTURA Y GANADERÍA.....494	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....531	CONSUMO ALIMENTARIO.....563
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....496	PESCA EN CATALUÑA.....532	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....565
CONSUMO ALIMENTARIO.....496	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....533	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ISLAS BALEARES.....566
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....498	CONSUMO ALIMENTARIO.....534	LA RIOJA.....567
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ARAGÓN.....499	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....535	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....567
ASTURIAS.....500	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CATALUÑA.....536	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....569
AGRICULTURA Y GANADERÍA.....500	COMUNIDAD DE MADRID.....537	CONSUMO ALIMENTARIO.....569
PESCA EN ASTURIAS.....500	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....537	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....571
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....502	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....539	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA RIOJA.....572
CONSUMO ALIMENTARIO.....502	CONSUMO ALIMENTARIO.....539	NAVARRA.....573
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....504	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....541	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....573
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ASTURIAS.....505	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE MADRID.....542	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....575
CANARIAS.....506	COMUNIDAD VALENCIANA.....543	CONSUMO ALIMENTARIO.....576
AGRICULTURA Y GANADERÍA.....506	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....543	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....577
PESCA EN CANARIAS.....506	PESCA EN COMUNIDAD VALENCIANA.....543	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE NAVARRA.....578
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....508	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....545	PAÍS VASCO.....579
CONSUMO ALIMENTARIO.....508	CONSUMO ALIMENTARIO.....545	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....579
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....511	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....547	PESCA EN EL PAÍS VASCO.....579
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANARIAS.....512	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA.....548	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....581
CANTABRIA.....513	EXTREMADURA.....549	CONSUMO ALIMENTARIO.....581
AGRICULTURA Y GANADERÍA.....513	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....549	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....583
PESCA EN CANTABRIA.....513	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....551	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DEL PAÍS VASCO.....584
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....515	CONSUMO ALIMENTARIO.....551	REGIÓN DE MURCIA.....585
CONSUMO ALIMENTARIO.....515	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....553	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....585
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....517	DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE EXTREMADURA.....554	PESCA EN LA REGIÓN DE MURCIA.....586
DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANTABRIA.....518	GALICIA.....555	DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....588
CASTILLA-LA MANCHA.....519	AGRICULTURA Y GANADERÍA.....555	CONSUMO ALIMENTARIO.....588
AGRICULTURA Y GANADERÍA.....519	PESCA EN GALICIA.....555	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....590
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA.....521		DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE MURCIA.....591
CONSUMO ALIMENTARIO.....521		ÍNDICE DE ANUNCIANTES.....592
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN.....523		

Llueva, truene o nieve

Dormirás tranquilamente



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

El hub alimentario del Mediterráneo-Barcelona®



mercabarna

Mercasa, la eficacia de la comercialización alimentaria



LUIS PLANAS PUCHADES
MINISTRO DE AGRICULTURA,
PESCA Y ALIMENTACIÓN

Mercasa juega un papel fundamental en la comercialización de la producción agroalimentaria española, de manera muy especial en el ámbito de los alimentos frescos. Constituye un modelo de distribución que está siendo replicado en otros países, precisamente, por su capacidad de comercialización de la producción española de frutas, verduras, carnes, pescados y mariscos.

Se trata de la mayor red pública de mercados mayoristas del mundo. Sus 24 plataformas de distribución y logística, así como sus más de 3.200 empresas asociadas, conforman un entramado de redes de abastecimiento estables, eficientes y seguras que aseguran la llegada de alimentos frescos a todo el territorio nacional.

Además, la existencia de la red de Mercas también facilita la comercialización de las producciones de la agricultura familiar, con el consiguiente mantenimiento de la población y la actividad económica en las zonas rurales. En este sentido, la estrecha relación que se genera entre productores y la red de Mercas asegura la competitividad y sostenibilidad de la producción nacional y fomenta la participación de las producciones locales y de ciclo corto.

Los beneficios de este formato generan unas relaciones equilibradas entre el sector de la producción

y el de la distribución mayorista. Estas empresas de distribución mayorista atienden a más de 100.000 comercios especializados en toda España, más del 70% agrupados en torno a los mercados municipales, así como a cadenas de supermercados y al sector hostelero. Una actividad que genera empleo a 30.000 profesionales que operan en un entorno de competencia leal, de transparencia de los mercados, y de seguridad contractual y de formación de precios.

Además de favorecer la fluidez de la distribución, Mercasa también beneficia a la industria agroalimentaria, puesto que permite optimizar sus procesos logísticos, su eficiencia operativa y los procesos innovadores del sector. Y en cuanto al consumo de alimentos frescos en España, la labor de Mercasa es esencial, porque garantiza una oferta constante y variada de productos nacionales y de temporada y, contribuye, por tanto, a fomentar hábitos de consumo saludables y sostenibles, en sintonía con la dieta mediterránea y nuestros Alimentos de España.

Por otra parte, Mercasa recopila datos de gran interés para el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación que, como responsable ante la Unión Europea (UE), traslada la información a las autoridades comunitarias con el fin de contribuir a mejorar la trans-

parencia de los mercados alimentarios, así como el seguimiento de su evolución.

En un contexto marcado por eventos extraordinarios y sucesivos, como la pandemia, los fenómenos climáticos y los conflictos bélicos, la seguridad alimentaria ha ganado protagonismo en las aspiraciones globales. En España, hemos iniciado ya los trabajos para trazar una Estrategia Nacional de Alimentación con el objetivo de garantizar el suministro constante y seguro de alimentos a la ciudadanía. Y la Unión Europea también emprenderá el suyo en cuanto se constituyan los nuevos equipos de gobierno.

Dado que aspiramos a un sistema de producción ambientalmente sostenible, económicamente rentable y socialmente justo, y que a la vez fortalezca las comunidades rurales y fomente buenos hábitos alimenticios, es fácil concluir que la labor de Mercasa se hace imprescindible por su gran contribución a todas esas aspiraciones.

Desde su fundación en 1966, Mercasa ha contribuido a importantes objetivos, como la atención al comercio detallista, la generación de empleo, la sostenibilidad, la alimentación saludable de la población y, en definitiva, la suma de todo ello, que no es otra que la consolidación de sistemas alimentarios sostenibles que requiere nuestro futuro. ■

Compromiso con el progreso de la cadena alimentaria



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

En la actualidad, los eslabones que conforman la cadena alimentaria en nuestro país se enfrentan a numerosos desafíos para afrontar las exigencias crecientes en gestión responsable de los recursos naturales, sostenibilidad, transformación digital, eficiencia energética, innovación empresarial y adecuación a los cambios en el consumo.

Retos que involucran necesariamente a las diferentes fases de producción, transformación y comercio en todos sus modos y formatos, tanto en los mercados domésticos como en los intercambios internacionales, y en los que España es un actor de primer nivel mundial.

La actividad económica y social que se genera en España en torno a la alimentación resulta de gran relevancia y con tendencia a incrementarse cada vez más. Así se desprende de la completa información recogida en este anuario Alimentación en España 2024, elaborado por Mercasa dentro una serie histórica de 27 ediciones, y que refleja, además, la buena gestión de esta empresa pública y su contribución

a un mejor conocimiento de la realidad alimentaria en España.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, la producción de la industria de alimentación y bebidas alcanzó en 2023 un valor de más de 160 mil millones de euros, una actividad que supone el 14% del conjunto de la industria española.

Esta cifra, unida a las del incremento en la producción de la rama de la actividad agraria, el saldo positivo en el comercio agrario alimentario y pesquero o al gasto total en alimentación y bebidas, que se situó en los 116 mil millones de euros, ponen relieve la importancia de la cadena alimentaria en España. Una actividad estratégica que requiere, por tanto, de la mayor atención de las instituciones públicas, para facilitar al máximo el buen funcionamiento de todos los sectores y mercados

SEPI vela por el buen funcionamiento de la cadena alimentaria a través de Mercasa y la Red de Mercas, por su incidencia directa en los procesos comerciales de los alimentos frescos: frutas, verduras, pescados y car-

nes. Un grupo de alimentos que suponen en conjunto cerca del 50% del gasto en alimentación de los hogares españoles y que, por sus características, requieren un tratamiento especial en los procesos logísticos y comerciales.

Este es el ámbito en el que Mercasa juega un papel responsable y decisivo, que ahora afronta también nuevos retos en la red de 24 Mercas, apostando por infraestructuras más eficientes y servicios con mayor valor añadido en seguridad, digitalización, gestión de residuos, logística, transporte y energía, entre otros. Facilitar, asimismo, el trabajo de las 3.000 empresas mayoristas que operan en sus instalaciones y contribuir a una mejor calidad de vida en las ciudades, limitando el impacto de la distribución capilar de alimentos frescos.

España es reconocida como un ejemplo a imitar en el modelo que representan Mercasa y la Red de Mercas. Conscientes de esta realidad, desde el Grupo SEPI, reiteramos nuestro compromiso y apoyo en la búsqueda constante de nuevos avances y buenos resultados para todo el sistema alimentario. ■

Movilidad y logística sostenible al servicio de la cadena alimentaria



JOSÉ MIÑONES CONDE
PRESIDENTE DE MERCASA

Los sistemas alimentarios en todo el mundo se han visto obligados a responder, en los últimos años, a desafíos extraordinarios. Desde las consecuencias de una pandemia global a los grandes conflictos bélicos con efectos directos sobre el comercio de materias primas, o las fuertes subidas de los costes de producción. Todo ello, en un escenario condicionado cada vez más por los efectos del cambio climático.

Factores coincidentes, con un gran impacto público y privado, que, sin embargo, han actuado también como un revulsivo para alertar sobre la necesidad de cambios en la regulación normativa, en las estrategias empresariales e incluso en nuestra responsabilidad personal, la de toda la sociedad, en tanto que consumidores de alimentos y participantes directos en los procesos de funcionamiento de la cadena alimentaria.

Conceptos como resiliencia, sostenibilidad, seguridad, salud, soberanía, innovación, tecnología... y otros muchos se asocian cada vez más a la alimentación, como un gran reto de futuro para los organismos supranacionales, como la FAO o la Unión Europea, los Gobiernos de todos los países, las organizaciones empresariales y sociales, los debates académicos y culturales, y las conversaciones sociales a todos los niveles.

Así se explican iniciativas como la lanzada en el verano de 2024 por el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, para poner en marcha una Estrategia Nacional de Alimentación, cuyos objetivos se centran en garantizar el abastecimiento de alimentos, promover la sostenibilidad del sistema alimentario, mejorar la rentabilidad equitativa y la resiliencia de la cadena alimentaria, fomentar hábitos alimentarios saludables e impulsar la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías y prácticas innovadoras.

En su presentación, el ministro propuso abrir un proceso de debate y reflexión, reclamando la participación

más amplia posible, de tal forma que la Estrategia Nacional de Alimentación recoja todas las sensibilidades y sea útil para todos los eslabones que forman parte del sistema alimentario.

En las grandes estrategias globales sobre el futuro de la alimentación, España tiene un protagonismo destacado, que se justifica por su capacidad de producción, las condiciones agronómicas y climáticas para abarcar una gran diversidad de sectores y la participación muy relevante en el comercio internacional, con posiciones de liderazgo en exportaciones de frutas y hortalizas frescas, aceite de oliva, vino o carne de porcino, entre otros productos.

Por ello es tan importante el debate estratégico sobre el futuro, en el que la responsabilidad pública descansa tanto en la ordenación legislativa y sectorial como en gestión de instituciones de servicio público, que son herramientas de acción directa para facilitar el funcionamiento de los procesos y los mercados.

Mercasa es, en el caso de España, una de estas herramientas públicas, con cerca de 60 años de experiencia, adaptada a los retos actuales y de futuro, porque el servicio público que prestan Mercasa y las Mercas es estratégico y determinante para el buen funcionamiento de la cadena alimentaria de los alimentos frescos, desde la producción al consumo.

La función social de Mercasa y las Mercas se enmarca en los cinco objetivos clave de la Estrategia Nacional de Alimentación. Y por ello, vamos a contribuir con el máximo interés en los debates para abordar nuevas estrategias. Basta señalar que el 70% de las frutas, verduras y hortalizas que se consumen en los hogares de España proviene de la red de Mercas. También el 50% de la carne y el 50% del pescado. Por eso tenemos un papel esencial y estamos comprometidos con la ca-

dena alimentaria desde el ámbito de responsabilidad pública.

Además, cabe resaltar también la contribución del modelo español de Mercasa y las Mercas, en cuanto a estructuras mayoristas de alimentación fresca, para que los procesos logísticos y de movilidad sean progresivamente más eficientes y sostenibles, teniendo en cuenta que la actividad de las 24 Mercas genera un tránsito anual de más de 16 millones de vehículos al año, de los que más de 2 millones son grandes vehículos para el abastecimiento de las empresas mayoristas.

Se trata, en primer lugar, de aprovechar todas las oportunidades de intermodalidad entre diferentes medios de transporte de mercancías –como ya estamos abordando en algunas Mercas entre carretera y ferrocarril– para el abastecimiento de las 3.200 empresas mayoristas que operan en la Red de Mercas. Unas iniciativas que se enmarcan también en la colaboración con grandes proyectos públicos como los impulsados en la actualidad por los Corredores Atlántico y Mediterráneo.

Y en cuanto a la distribución capilar desde las Mercas al comercio detallista y la restauración, el reto es impulsar proyectos innovadores de última milla, que hagan más eficiente y sostenible el movimiento de los alimentos frescos a las ciudades, en especial a los centros urbanos históricos, limitando el impacto de la presencia de vehículos de reparto, reordenando la distribución en cuanto a horarios, gestión de volúmenes y capacidades, potenciando el uso de vehículos eléctricos...

En definitiva, movilidad sostenible que, sumada a una mayor eficiencia energética, la digitalización de los procesos y la reducción del desperdicio alimentario, conforman los ejes de futuro en los que Mercasa y la Red de Mercas pueden contribuir, en mayor medida, a las estrategias nacionales para la cadena alimentaria. ■

mercamadrid



Comercialización
+3.468.029
toneladas



Diariamente:
20.000 personas
15.000 vehículos

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

77% origen
nacional



+800 empresas
especializadas

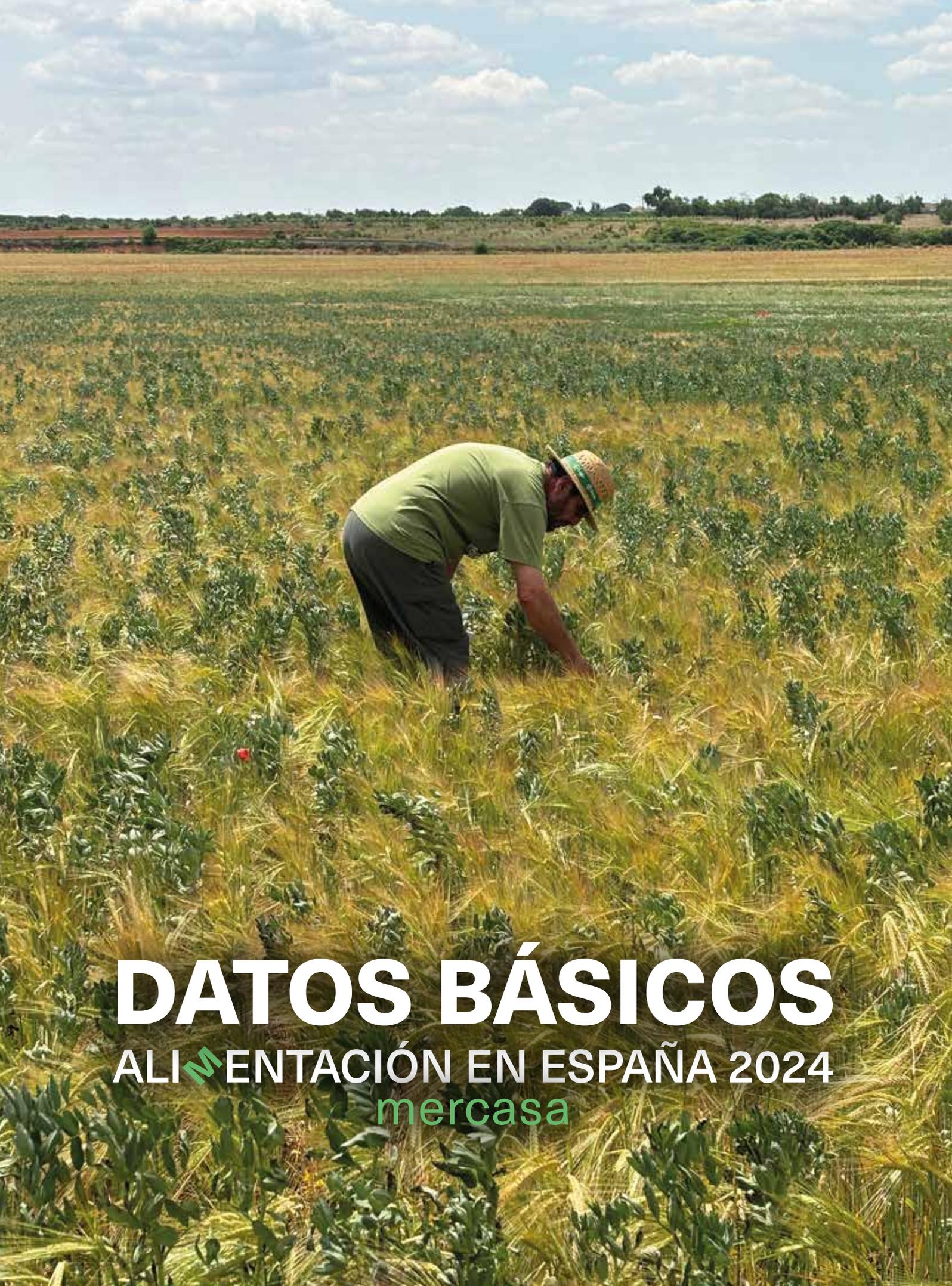


Alimentando a
12 millones de
consumidores



500 km
área de
influencia





DATOS BÁSICOS

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2024

mercasa

Principales resultados macroeconómicos de la agricultura y la ganadería



MACROMAGNITUDES

El valor de la Producción de la Rama de Actividad Agraria española en 2023 superó los 65.513 millones de euros (valores corrientes a precios básicos), un 4% 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 ascendieron a 32.268,9 millones de euros (un 4% menos que en 2022), se obtiene el Valor Añadido Bruto a precios básicos, que resultó ser de 33.244 millones de euros, un 14% más que un año antes.

Los consumos intermedios corresponden a las compras que realizan agricultores de medios de producción fungibles. Entre ellos destacan: semillas, plántones, 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 2023 se estimaron en 6.586 millones de euros, una cifra superior a la de un año antes.

Las explotaciones agrarias también perciben otras subvenciones, no ligadas a unos productos concretos, tales como las relativas al desarrollo rural (jóvenes agricultores, formación, jubilación anticipada, zonas desfavorecidas, medidas agroambientales,

desarrollo de zonas rurales, etc.). Si al Valor Añadido Bruto se le añade estas subvenciones (6.266 millones de euros en 2023) y se le restan las amortizaciones y otros impuestos (por importe de 491,5 millones de euros) se llega al Valor Añadido Neto al coste de los factores, también denominado Renta Agraria (RA), cuyo valor fue de 32.433 millones de euros (valores corrientes a precios básicos).

Por otra parte, en 2023 se produjo un descenso del 4,6% 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 superior en un 18,3% a la del año anterior, según los datos del Ministerio de Agricultura.

EMPLEO

De acuerdo con los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), al acabar 2023 estaban activos dentro del sector primario (agricultura, ganadería, silvicultura y pesca) un total de 895.000 personas, un 0,4% menos de los que había al acabar el último trimestre del año anterior.

Por su lado, el número de ocupados en el sector primario (agricultura, ganadería, silvicultura y pesca) ascendía a 770.700 personas, un 2,3% más que en el año anterior.

La industria de alimentos, bebidas y tabacos contaba en conjunto con 583.600 trabajadores activos al acabar el año 2023, un 3,6% menos en relación con la del mismo período del año precedente (cuarto trimestre del año). El grueso de estos activos correspondía a la industria alimentaria.

SECTORES

CEREALES

La producción de cereales disminuyó en 2023 un 34,8% en comparación con el año anterior, mientras que los precios medios bajaron en general un 26,2%, según los datos del Ministerio de Agricultura publicados a efectos de calcular la renta agraria anual. El valor generado por este subsector agrícola se redujo un 51,9%, hasta situarse en 3.066 millones de euros en términos corrientes, a efectos de calcular la renta agraria anual.

La producción total de cereales (trigo, cebada, avena, centeno, triticale, maíz, sorgo y arroz) quedó en 11,6

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS EN 2023

PRODUCTO	PRODUCCIÓN (Miles de toneladas)
TRIGO	3.979
CEBADA	3.794
MAÍZ GRANO	2.910,5
ARROZ (CÁSCARA)	332,70
AVENA	460,10
GARBANZOS	48,4
GUISANTES SECOS	149,4
GIRASOL	872,5
REMOLACHA AZUCARERA	2.892,8
SANDÍAS	1.153
MELONES	515
FRESAS/FRESONES	327,4
MANZANAS DE MESA	454,3
PERAS	297,7
ALBARICOQUES	120,7
MELOCOTONES	829,3
PLÁTANOS	429,3
UVAS DE MESA	335,4
NARANJAS	2.648
PEQUEÑOS CÍTRICOS	1.819
LIMONES	1.167,9
ALMENDRAS CÁSCARA	300,9
PATATAS	1.976,3
TOMATES FRESCO	3.977,8
JUDÍAS VERDES	124,2
PIMIENTOS	1.241
ALCACHOFAS	187,9
BRÓCOLI	488,1
COLIFLORES	161,2
AJOS SECOS	210,6
CEBOLLAS	1.157
CALABACÍN	560,3
PEPINOS	748,7
LECHUGAS	918,6
ZANAHORIAS	324,9
ACEITE DE OLIVA	851 (campaña 2023/2024)
ACEITUNAS ADEREZO	408 (campaña 2023/2024)
VINO	28,3 (millones de hl.)
CARNE DE VACUNO	694,8
CARNE DE OVINO	106,16
CARNE DE CAPRINO	9,44
CARNE DE PORCINO	4.851,8
CARNE DE AVES	1.718,4
CARNE DE CONEJO	36,9
LECHE DE VACA	7.339,2
LECHE DE OVEJA	485,6
LECHE DE CABRA	425,2
HUEVOS DE GALLINA PARA CONSUMO	914

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

millones de toneladas, un volumen inferior en un 36% al del año precedente. Al contrario de lo que sucedía habitualmente, la principal cosecha no fue la de cebada sino la de trigo (3,9 millones de toneladas)

Por su lado, la cosecha de cereales en la Unión Europea (sin incluir el arroz) en el año 2023 se situó en 272,2 millones de toneladas, un 1,1% más que en la campaña anterior, según datos de la Comisión Europea. En la UE, la mayor cosecha fue la de trigo, seguida de la de maíz y la de cebada.

LEGUMINOSAS

En la campaña de comercialización 2023, la superficie de leguminosas grano (entre las que se incluyen las legumbres) aumentó un 58% hasta llegar a 557.600 hectáreas. En esta cifra se incluyen las siembras de judías secas, habas secas, lentejas, garbanzos, guisantes secos, vezas, altramuz dulce y yeros.

Junto con el aumento de las siembras se produjo también una subida de la producción, ya que se cosecharon 338.100 toneladas en total, un 5% más que un año antes. Por volumen, la producción principal fueron los guisantes secos y la comunidad con mayor producción total fue, un año más, Castilla-La Mancha.

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

FRUTAS Y HORTALIZAS

En España, la producción total de frutas y hortalizas en 2023 superó los 24 millones de toneladas, un volumen inferior al del año anterior cuando se llegó a 25,3 millones. De esta producción total, aproximadamente el 66% correspondió a hortalizas; el 24% a los cítricos y el 10% a la fruta dulce, los frutos secos y las uvas de mesa.

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 (sin incluir patata, pero incluyendo aceituna de mesa y flores) superó los 24.644 millones de euros en 2023, un 14% más que en 2022, según datos del Ministerio de Agricultura.

Este sector (frutas y hortalizas, sin patata) representó el 68,1% de la Producción Vegetal final y el 37,6% 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. A efectos de calcular la renta agraria anual, el sector de las hortalizas experimentó un retroceso en el volumen producido del 3,3% respecto al año anterior, así como también un incremento medio de los precios del 12,5%. En estos datos, que publica el Ministerio de Agricultura, están incluidas las aportaciones del sector de las flores y plantas.

El valor generado por todas estas producciones aumentó un 8,8% hasta alcanzar los 13.146,5 millones de euros.

Con relación a la Producción Vegetal Final de España, las hortalizas (patata no incluida) representaron en 2023 el 36,3% y con respecto a la Producción Agraria total, este subsector representó el 20,1%.

En la Unión Europea, el valor generado por las frutas y hortalizas producidas en 2023 se estimó en más de 106 millones de euros. Este subsector representó el 19,9% del valor de toda la producción agraria ese año.

PATATAS

La producción de patata en 2023 aportó cerca del 1,42% de la Producción Final Agraria y el 2,4% de la Producción Vegetal, según datos del Ministerio de Agricultura. Estos porcentajes fueron en ambos casos superiores a los del año anterior.

Al contrario que en el año anterior, en 2023 la producción de patata creció en volumen un 5%, hasta 1,97 millones de toneladas, al tiempo que los precios subieron de media un 15,5%.

Con estos datos, el valor generado por este sector a efectos de calcular la Producción Final Agraria (PFA) se incrementó un 21,3% y se situó en 905 millones de euros a precios corrientes.

La superficie de cultivo también se incrementó en 2023. Se sembraron 62.000 hectáreas en todo el territorio nacional, unas 2.000 más que un año antes.

REMOLACHA AZUCARERA

La superficie cultivada de remolacha azucarera en España se incrementó en 2023 un 45% hasta llegar a

35.800 hectáreas. De esta cifra total, 27.200 hectáreas correspondieron a las siembras en la zona norte y el resto a las de la zona sur.

En la campaña 2022/23, la producción nacional de remolacha azucarera se situó en torno a los 2,07 millones de toneladas, un 17% menos que en la campaña anterior. Por el contrario, en la campaña 2023/24, la producción de remolacha fue mayor, pues se recogieron 2,86 millones de toneladas, según los datos del Ministerio de Agricultura.

OLEAGINOSAS

Las principales semillas oleaginosas cultivadas en España son el girasol y la colza, pero también se siembra 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.

En la campaña 2022/2023 (del 1 de julio al 30 de junio del año siguiente), la superficie se incrementó hasta poco más de un millón de hectáreas, mientras que la producción superó los 1,057 millones de toneladas. Por su lado, en la campaña 2023/24 se estimó una superficie total de 884.000 hectáreas, con una producción de 1,06 millones de toneladas. La semilla oleaginosa que más se cultiva en España –y con mucha diferencia- es el girasol. En 2023 (campaña 2023/24) se sembraron 767.000 hectáreas y la producción quedó en 872.500 toneladas, un 6,3% más que un año antes.

En la UE, la producción de oleaginosas en el año 2023 superó los 32,4 millones de toneladas, un 3,5% 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 el año 2023, el valor generado por este sector representó el 3% del valor de la Producción Vegetal Final y el 1,7% de la Producción de la Rama Agraria. Se produjo, a efectos de calcular la renta agraria anual, un desplome del volumen de vino y mosto del 21,1% y una subida de los precios del 5,9%. El resultado final fue que el sector generó 1.118 millones de euros, un 16,4% menos que en el año precedente.

En la vendimia de 2023 se recogieron para elaborar vinos y mostos un total de 4,3 millones de toneladas

de uva, de las cuales algo más de 2,5 millones de toneladas fueron uvas blancas y el resto tintas. Asimismo, según los datos del Ministerio de Agricultura la producción española de vino y mosto en la campaña 2023/24 se situó en 32,4 millones de hectolitros, un 21,1% menos que en la campaña anterior.

La producción de vino y mosto en la UE se situó en torno a 148,27 millones de hectolitros, un 11% menos que en la campaña anterior, según datos de la Comisión Europea.

ACEITE DE OLIVA

Como en el año anterior, la producción de aceite de oliva en 2023, a efectos de calcular la renta agraria anual, tuvo una evolución muy negativa, ya que se analizan los datos de la campaña 2022/23, no la 2023/24.

En este sentido, la producción de aceite de oliva se redujo en volumen a efectos de calcular la renta un 58,6%, mientras que los precios subieron de media un 70,1%. Conforme a estos datos, el valor generado por el sector del aceite de oliva se redujo significativamente (un 29,6%) y se situó en 2.494,7 millones de euros. La producción nacional de aceite en la campaña 2022/2023 alcanzó las 665.709 toneladas, mientras que en la campaña 2023/2024 se consiguió un aumento de la producción, hasta las 850.157 toneladas. Andalucía volvió a recuperar posiciones en el ranking de regiones productoras de aceite de oliva, alcanzando en la campaña 2022/2023 el 77,2 % del total.

Por su parte, la producción de aceite en la UE en la campaña 2022/23 ascendió a algo más de 1,39 millones de toneladas, un 39% más que en la campaña anterior. Asimismo, en la campaña 2023/24, la producción de aceite de oliva aumentó hasta los 1,5 millones de toneladas.

ACEITUNA DE MESA

España es el primer país del mundo en producción y exportación de aceituna de mesa con aproximadamente el 20% de la producción total. En la campaña 2022/23, la producción nacional se desplomó hasta las 414.090 toneladas, muy por debajo de la producción del año anterior, según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA). Dicha campaña arrancó el 1 de septiembre de 2022 con unas existencias iniciales de 440.290 toneladas y llegó a primeros de junio de 2023 con un stock final de 323.430 toneladas. Por su lado, en la campaña 2023/24, la producción de aceituna de aderezo volvió a caer hasta algo más de 408.700 toneladas.



En la UE, la producción de aceituna de mesa en la campaña 2022/23 ascendió a cerca de 825.000 toneladas, un 11% menos que en la campaña anterior, según los datos del Consejo Oleícola Internacional (COI). Para la campaña 2023/24, las previsiones de este organismo cifraron la producción en 600.000 toneladas.

PORCINO

Por su aportación a la economía, el porcino es el principal sector ganadero en España. En 2023, el sector del porcino representó el 41,3% de la Producción Final Ganadera y el 17,4% de la Producción Final Agraria. El valor alcanzado por el sector porcino ascendió a 11.413 millones de euros, unos 1.400 millones de euros más que un año antes. A efectos de la renta agraria, la producción de carne de porcino disminuyó en cantidad un 3,5% y los precios subieron un 19,1%.

La producción nacional de carne se redujo hasta las 4,8 millones de toneladas, un 3% menos que un año antes. Por su parte, la producción de carne de porcino de la Unión Europea fue menor que en 2022: 20,6 millones de toneladas, un 7% menos que un año antes. Los países europeos que más aportaron a esa producción en 2023 fueron España (24%), Alemania (20,3%), Francia (10%), Polonia (9%), Holanda (7%), Dinamarca (6%) y Italia (6%), según datos de la Comisión.

VACUNO DE CARNE

El subsector del vacuno de carne es el segundo dentro del sector ganadero en importancia económica, por detrás del porcino, y por delante del lácteo y el avícola. En 2023, los datos del Ministerio de Agricultura sobre la renta agraria indican que la producción descendió un 5,3%, lo que unido a una subida de los precios del 9,6% hizo posible un aumento del valor generado por este subsector de 3,8%, hasta llegar a 3.839 millones de euros.

El sector de vacuno de carne español representaba en 2023 el 13,9% de la Producción Final Ganadera y el 6,5% de la Producción Final Agraria, porcentajes en ambos casos inferiores a los de 2022.

Por su lado, la producción de carne de vacuno en España disminuyó ese año y quedó en 694.800 toneladas, un 5% menos que en el año anterior. Cataluña aportó en 2023 el 18,9% de la producción de carne; Castilla y León el 16,8%, Galicia el 14% y la Comunidad Valenciana, el 12,5%.

En la Unión Europea, la producción de carne de vacuno se elevó a 6,38 millones de toneladas, un 4% menos que en 2022. Francia fue el país que más carne de vacuno produjo, por delante de Alemania.

OVINO Y CAPRINO DE CARNE

El Ministerio de Agricultura estimó que la producción de carne de ovino y de caprino disminuyó, a efectos de calcular la renta agraria, un 11,9% en volumen durante el año 2023, mientras que sus precios subieron 6,9%. De este modo, el valor generado por este subsector se redujo un 5,8% con respecto al año precedente hasta los 1.164,7 millones de euros.

El sector ovino-caprino representaba en 2023 el 1,8% de la Producción Final Agraria nacional y el 4,2% de la Producción Final Animal, porcentajes ambos por debajo de los que representó un año antes este subsector ganadero.

La producción de carne de ovino rondó las 106.166 toneladas, un 1% menos que en 2022. Asimismo, la producción de carne de caprino descendió hasta las 9.442 toneladas.

En la UE, la producción de carne de ovino y caprino rondó las 544.000 toneladas, según estimaciones de la Comisión Europea, lo que supuso un incremento notable con respecto al año precedente, cuando se produjeron 533.000 toneladas. De la producción total, correspondió a la carne de ovino 490.000 toneladas (un 2,3% más que en el año anterior) y el resto al caprino.

CARNE DE AVES

En España, el sector de la carne de aves representó en 2023 el 4,9% de la Producción Final de la rama agraria y el 11,7% de la Producción Final de la rama ganadera.

Al igual que un año antes, a efectos de calcular la renta agraria la cantidad de carne producida en 2023 aumentó (5,2%), al tiempo que los precios subieron un 1,2% (el año anterior habían subido mucho más). Con estos datos, el valor generado por el sector avícola de carne se incrementó un 6,5% y se situó en 3.225,6 millones de euros, según datos del Ministerio de Agricultura.

La producción total de carne de aves (pollos, pavos, patos, etc.) se elevó a 1,7 millones de toneladas, un 5% más que en 2022, según la Encuesta de Sacrificio Ganadero.

Por su lado, en la Unión Europea se produjeron un total de 13,1 millones de toneladas de carne de aves, un 3% más que en el año anterior. De la producción total, un 84,4% correspondió a la carne de pollo; el 12,5% a la de pavo y el 2,8% a la de pato. El resto son otras carnes como ganso, etc.

CARNE DE CONEJO

Si bien actualmente el consumo de carne de conejo es pequeño, en comparación con el resto de las carnes, la producción tiene una gran tradición en España y está muy ligada a la gastronomía nacional.

A efectos de calcular la renta agraria de 2023, la producción de carne de conejo registró una reducción en cantidad un 9,7%, mientras los precios medios subieron un 9,4%. Estos datos proceden de la estimación del Ministerio de Agricultura y suponen un descenso del valor aportado a la renta del 1,2%.

Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2023 el 0,26% y con respecto a la Producción Animal, el 0,61% (en ambos casos, por debajo de las cifras de 2022). El valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria se situó en 168,8 millones de euros (valores corrientes, a precios básicos).

La producción de carne estimada por el Ministerio de Agricultura (sacrificio de animales en los mataderos) fue de 36.900 toneladas, un 10% menos que en 2022.

En la Unión Europea, la producción de carne de conejo rondó las 139.000 toneladas en 2023. Francia es el primer país comunitario en producción de carne de conejo, seguido muy de cerca por España e Italia.

CARNE DE EQUINO

En el año 2023, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) a efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne de equino se redujo en cantidad un 0,9%, pero los precios medios subieron un 13,2%. En el año precedente, la tónica fue similar.

El valor generado por este subsector en 2023 se incrementó un 12,3%, hasta llegar a 84,5 millones de euros (valores a precios básicos), lo que representa el 0,13% de la Producción Final Agraria y el 0,31% de la Producción Final Ganadera.

En 2023 se sacrificaron en los mataderos españoles 31.308 animales (un 4% menos que en 2022) y la producción de carne se situó en cerca de 8.235 toneladas, un 1% menos. El grueso de la producción de carne se concentró en las regiones del noroeste del país, con Navarra en primer lugar.

HUEVOS

La producción nacional de huevos representó en 2023 el 8,2% de la Producción Final Ganadera y el 3,5% de

la Producción Final de la Rama Agraria, porcentajes en ambos casos muy superiores a los del año precedente, según datos del Ministerio de Agricultura.

Asimismo, a efectos de calcular la renta agraria anual, la producción de huevos disminuyó en cantidad un 2%, mientras que los precios subieron un 28,3%. Con estos datos, el valor generado por este sector a efectos de calcular la renta agraria se cifró en 2.278 millones de euros expresados en valores corrientes, un 30,9% más que un año antes.

El censo de gallinas ponedoras en 2023 ascendía a casi 47,7 millones, algo más bajo que un año antes, según datos de la Comisión Europea. Si a esta cifra sumamos las gallinas dedicadas a la producción de huevos para autoconsumo, el censo quedaría en 50,52 millones de cabezas, de acuerdo con las estimaciones publicadas por el Ministerio de Agricultura. La producción de huevos de gallina (comercialización y autoconsumo) se estimó en 1.164.287.000 docenas.

En la Unión Europea, la producción de huevos de gallina para consumo humano en 2023 se elevó hasta los 6,78 millones de toneladas, un 1% más que en el año anterior, según los datos de la Comisión Europea.

LECHE

A efectos de calcular la renta agraria anual, en 2023 la producción de leche disminuyó en volumen un 0,7 % respecto al año 2022, año en el que también hubo descensos en volumen.

Al mismo tiempo que la producción caía, los precios medios (a efectos de la renta) subieron de media un 22% (también habían aumentado en los seis años precedentes), con lo que el valor generado por esta producción ganadera fue superior en un 30,9% al generado un año antes.

La producción de leche de vaca, oveja y cabra en 2023 supuso el 19% de la Producción Final Ganadera total y el 8% de la Producción Final Agraria, porcentajes en ambos casos superiores a los del año precedente.

El valor generado por este subsector ascendió a 5.255,4 millones de euros a precios básicos, 936 millones más que un año antes, cuando el valor generado también creció.

Finalmente, la producción de leche total (vaca, cabra y oveja) se elevó a 8,24 millones de toneladas, un 0,3% menos que en el año anterior. De este volumen, 7,3 millones de toneladas fueron leche de vaca.

Por su parte, ese año la producción total de leche (vaca, cabra, oveja y búfala) ascendió a casi 150 millones de toneladas, un volumen superior al del año precedente. El grueso de esta producción correspondió a la leche de vaca.

La producción láctea en la UE representó en el año 2023 cerca del 14% de la Producción Final Agraria (PFA) en valor. El lácteo es el subsector ganadero que más aporta a la PFA. ■



Comercio exterior agroalimentario

El comercio agroalimentario y pesquero volvió a tener en 2023 un saldo positivo, con unas exportaciones que superaron en valor a las importaciones.

En concreto, el valor de las exportaciones agroalimentarias registró un crecimiento del 3% respecto a 2022, al alcanzar los 70.431 millones de euros, según los datos publicados por el Ministerio de Agricultura, Pesca, y Alimentación.

Además, las ventas exteriores de productos agroalimentarios representaron en 2023 el 18% de todas las exportaciones españolas, un porcentaje superior al de 2022. El grueso del valor de las exportaciones agroalimentarias correspondió a las ventas de productos alimentarios-agrarios (84,5%); cerca de un 7,5 % a los productos pesqueros y cerca de un 4,2 % a las ventas de productos no alimentarios.

Por su lado, el valor de las importaciones agroalimentarias en 2023 se incrementó también (1,2%), hasta situarse en 54.959 millones de euros.

Conforme a estos datos, el saldo comercial agroalimentario fue finalmente de 15.472 millones de euros, un 10% más que en 2022.

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

EXPORTACIONES

Atendiendo al valor de exportación, el primer grupo en importancia dentro de los alimentos vendidos al exterior fue el de las carnes. Según los datos del Ministerio de Agricultura, se exportaron 3,18 millones de toneladas de estos productos (un 4,1% menos que en 2022), por un valor de 10.299 millones de euros, un 5,9% más que en el año anterior. En este subgrupo volvió a sobresalir el sector porcino, que aporta más 60% del valor total de las ventas.

Por su lado, las exportaciones de frutas aportaron un valor de 9.977 millones de euros y un crecimiento del 1% con respecto al año anterior. Dentro de este subgrupo destacaron por encima del resto las ventas de cítricos. En volumen, las exportaciones totales alcanzaron los 6,5 millones de toneladas, un 7,2% menos que un año antes.



Por su parte, las ventas al exterior de hortalizas y legumbres totalizaron un valor de 8.864 millones de euros en 2023, con un crecimiento del 9,9% en relación al valor que se alcanzó en el año anterior. En este grupo destacan las aportaciones del pimiento y del tomate. En volumen, las ventas volvieron a caer (un 4,6%) hasta los 5,9 millones de toneladas.

El cuarto subgrupo en importancia por su valor dentro de las exportaciones agroalimentarias fue el del aceite y las grasas, que llegó a alcanzar los 6.881 millones de euros (un 5,5% menos que en el año anterior). En este grupo, el volumen exportado ascendió a 2,4 millones de toneladas, un 14,2% menos que un año antes.

Asimismo, en quinta posición se situó el subsector de las bebidas, con el vino a la cabeza. El valor de las exportaciones de este subgrupo fue de 5.509,6 millones de euros, casi el mismo valor que en el año anterior.

En cuanto a los productos pesqueros (frescos, refrigerados, congelados, etc.), alcanzaron un valor de 3.940,9 millones de euros, mientras que el grupo de preparados de carne y pescado llegó a los 2.458 millones de euros (valor de exportación).

Por su lado, el subgrupo de lácteos y huevos alcanzó un valor de 2.187,7 millones de euros, cifra inferior a la del año anterior.

CINCO PRODUCTOS LIDERAN LA EXPORTACIÓN

Dentro del grupo de alimentos y bebidas, las cinco producciones 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 2023, las exportaciones de carne de cerdo (incluidos todos los productos del sector) descendieron hasta llegar a un valor de algo más de 2,8 millones de toneladas. Asimismo, el valor de estas exportaciones (que incluyen carne, despojos, elaborados, tocino y manteca) alcanzaron por primera vez los 9.000 millones de euros, un 9,1% más que un año antes.

Las exportaciones de cítricos superaron en total los 2,98 millones de toneladas, una cifra inferior a la del año precedente. Por su lado, el valor de estas ventas superó los 3.550,8 millones de euros.

En cuanto al aceite de oliva, las exportaciones del año natural 2023 (no de la campaña de comercialización) descendieron hasta un 36% con respecto a un año antes (sólo se vendieron 684.500 toneladas), mientras que las importaciones sumaron 213.300 toneladas, también por debajo del nivel del año anterior.

Asimismo, la exportación de vino registró una caída del 4,1% en volumen (2.026 millones de litros), y también un descenso del 3,2% en el valor (2.905,9 millones de euros).

Finalmente, dentro de las hortalizas el pimiento en fresco lidera las exportaciones nacionales en volumen, si bien se han producido descensos en las ventas en los últimos años. En 2023 la exportación de esta hortaliza alcanzó un valor de 1.518 millones de euros, un 14% más que en el año precedente, con un volumen de 795.600 toneladas (un 11% menos que en 2022). 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 subgrupo de otros alimentos, cuyas compras supusieron el desembolso de 14.464,7 millones de euros, con un saldo positivo en la balanza comercial de 2.751 millones de euros, según datos del Ministerio de Comercio.

Los productos pesqueros son el segundo subgrupo por valor dentro de las importaciones. En 2023 las compras de estos productos alcanzaron un valor de 6.911 millones de euros, por lo que el saldo de la balanza comercial resultó negativo en 2.960 millones de euros (por debajo de la cifra del año anterior).

Las otras grandes partidas dentro de las importaciones agroalimentarias en 2023 fueron los productos pesqueros (6.911 millones de euros), los cereales (6.377 millones de euros), las frutas (4.116 millones de euros en conjunto), las semillas oleaginosas (3.044 millones

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

PRODUCTO	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
	2022	2023	2022	2023
ACEITE DE OLIVA	4.103	4.148,4	1.067,8	684,5
AGUA total	583,2	652	913,8	902,2
AGUACATES	393,8	401,3	149,7	139,1
AJOS	381,9	392,3	164,5	150,3
ALBARICOQUE	112	146,6	59,5	77,5
ALMENDRA (cáscara y grano)	591,6	500	114,3	101,7
ANIMALES VIVOS BOVINO	241,7	282,8	70	79,9
ANIMALES VIVOS PORCINO	158,5	209,2	105,9	110,3
ARROZ	226,2	207,4	269,2	199
ARTÍCULOS DE CONFITERÍA sin cacao	779,4	924,3	251,3	228,7
AZÚCAR DE CAÑA O REMOLACHA	71	82,7	94,1	74
CALABACINES	484,6	440,4	352,9	375,2
CARNE DE OVINO-CAPRINO	304,6	263,6	49	49,66
CARNE DE PORCINO TOTAL	5.841,9	6.295,3	2.800	2.777
CARNE DE VACUNO TOTAL	1.231	1.243	222,7	267,16
CARNE Y DESPOJOS DE AVES	482,14	498,3	206	210
CEBOLLAS	179,23	247,8	316,8	293,4
CERVEZA DE MALTA	313	323,6	360,2	371,8
CIRUELAS	126,5	134,8	94,2	89,7
COLES Y BRÓCOLIS	635,68	748,5	500,5	468,8
CONSERVAS DE ACEITUNAS	795,3	819,2	479,5	414,4
CONSERVAS DE PESCADO	965	1.074	319,4	159,8
FRESAS Y FRESONES	711,8	700,3	278,13	246,3
HUEVOS CON Y SIN CÁSCARA	320	326,6	140,4	126,5
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	133,18	148,7	47,6	52,5
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	303,4	301	192,7	168,4
LECHUGAS Y ACHICORIAS	825,9	919,7	714,5	705,8
LIMONES	815,2	798,8	647,8	614,8
MANDARINAS	1.514,3	1.477,6	1.245,7	1.049,7
MANZANAS	90,8	83,7	106,1	87,8
MELOCOTONES	409,6	195,4	262,2	142,5
MELONES	307,17	298,1	337,7	320,6
MOLUSCOS	1.266,8	1.180,1	243,6	230,9
NARANJAS	1.192,9	1.203,3	1.610,1	1.251,8
NECTARINA	461,5	447,7	277,5	299,8
PATATA	137,75	205,7	366,3	390,6
PEPINOS Y PEPINILLOS	942,2	996,3	694,2	667,5
PERAS	76,77	107,6	93,7	113,1
PESCADO CONGELADO	844,9	868,5	374,8	378,1
PIMIENTA	274,8	288,5	86,6	81,2
PIMIENTOS	1.326,7	1.518,4	795,6	710,8
PLÁTANOS Y BANANAS	54,57	95,6	70,11	119,3
PRODUCTOS DE CONFITERIA	779,4	924,3	257,8	245,2
QUESOS Y REQUESÓN	705,8	806	116,7	117,4
SANDÍAS	513,87	498,2	680,2	679,1
TOMATES FRESCOS	1.100,6	1.172,6	629,26	558,4
TRIGO	175,5	46,3	336,9	103,1
UVAS FRESCAS	403,3	329,1	176,4	132,6
VERMUT Y SIMILARES	87,6	80,6	69,6	69,9
VINO Y MOSTO	3.422,8	2.964,2	2.174,7	2.118,6
YOGURES	137,9	170,6	91,3	94,8

FUENTE: DATACOMEX

de euros), los piensos para alimentación animal (2.811 millones de euros), las hortalizas y legumbres (2.267 millones de euros en conjunto), las carnes (1.971 millones de euros), los aceites y grasas (5.347 millones de euros), los lácteos y los huevos (3.064 millones de euros) y las bebidas (2.655 millones de euros).

Respecto a la balanza comercial, además del subgrupo del pescado también tuvieron saldo negativo el de los lácteos y huevos (877 millones de euros); el de los piensos, el de las oleaginosas y el de los cereales.

En el lado positivo de la balanza (mayor valor de las exportaciones que de las importaciones), se situaron especialmente los sectores de las carnes, las frutas, las hortalizas y las bebidas (vino incluido).

COMERCIO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Cataluña fue la comunidad que encabezó un año más el ranking de las exportaciones agroalimentarias españolas, por delante de Andalucía que solía ser la primera hasta el año 2020. En 2023 el valor de las exportaciones catalanas creció un 2,5% hasta los 15.300 millones de euros, el 22% del total nacional.

La segunda región exportadoras de productos agroalimentarios de España fue Andalucía, que superó en valor los 13.900 millones de euros, el 20% del total nacional y con un descenso del 2,8% con respecto al año precedente.

Por detrás se situaron la Comunidad Valenciana (12,5% del total y un crecimiento del 3,1% con respecto al año anterior), la Región de Murcia (9,7% del total nacional, con un crecimiento del 3,3%), Galicia (6,3% de total y un aumento del 5,6%), Aragón (5,3% del total nacional, tras crecer las ventas un 20,6%), Castilla y León (4,7% y un crecimiento del 9%), Castilla-La Mancha (4,7% del total nacional y un aumento del 0,6%), Madrid (3,58%, con un crecimiento del 15,2%); País Vasco (3% del total y un crecimiento del 2%); Navarra (2,5% del total, tras crecer un 3,6%), Extremadura (2,1% del total nacional y un crecimiento del 4,8%), La Rioja (1,2% y un 6,1% de aumento), Cantabria (0,5% y un crecimiento del 3,7%), Canarias (0,4% del total y un descenso del 2,9%), Asturias (0,4% del total nacional, a pesar de haber registrado un descenso del valor de sus ventas del 19,9%) y Baleares (0,2% del total y una caída con respecto al año anterior del 20,7%).

También las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla exportaron alimentos en 2023, si bien en ambos casos el valor de las ventas (1,3 millones de euros y 404.800 respectivamente), fueron la mitad que en el año anterior.

DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES

El principal socio comercial de España es la Unión Europea, si bien en los últimos años se ha observado un aumento paulatino de las exportaciones a países terceros, porque además las ventas al Reino Unido ya no se incluyen en el comercio comunitario. En 2023, el valor de las exportaciones agroalimentarias a la UE supuso el 67,4% de total, un porcentaje superior al del año anterior en tres puntos porcentuales, que confirma la importancia del comercio intracomunitario y la positiva evolución en los últimos años. Así, el valor de las ventas a la UE llegó a 47.443 millones de euros, un 8,2% más que en el año anterior. Por países, los seis principales destinos de las exportaciones agroalimentarias españolas fueron Francia (cuyas compras alcanzaron un valor de 11.164 millones de euros, un 6,3% más que en 2022), Alemania (con unas compras por valor de 8.246 millones de euros, un 12% más que un año antes) e Italia (con 7.011 millones de euros, un 2,7% más). Estos tres países fueron también los que ocuparon los primeros puestos en el ranking de exportaciones en el los dos años precedentes, pero también fueron importantes las ventas de alimentos y bebidas a países como Portugal y Países Bajos.

En cuanto a los países terceros, el valor de las exportaciones se elevó a 22.988 millones de euros, un 6,2% menos que en 2022. Un año más, los tres principales destinos de las exportaciones agroalimentarias de España fueron Reino Unido, Estados Unidos y China. En concreto, en el cuarto año fuera de la UE, el Reino Unido importó desde España alimentos y bebidas por un valor superior a los 4.820 millones de euros (un 3,9% más que en el año anterior).

Por su parte, Estados Unidos pasó a ocupar la segunda posición en el ranking, con un valor de compras a España de 2.975 millones de euros (un 6,5% menos que en 2022). Finalmente, las exportaciones a China alcanzaron un valor de 1.882 millones de euros, un 26,3% menos que un año antes. En los últimos años, las ventas a China han descendido debido en gran parte a las menores ventas de carne porcino y derivados.

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

España ha hecho un esfuerzo por diversificar las exportaciones agroalimentarias, especialmente en Asia. A este respecto, las exportaciones a tres países asiáticos (China, Japón y Corea del Sur), representan más del 20% de todas las ventas exteriores a países terceros.

Con respecto a las importaciones, en torno al 50% de las compras agroalimentarias de España se realizan en la UE, aunque en los últimos años también se ha producido un incremento de las importaciones desde países terceros.

COMERCIO AGROALIMENTARIO DE LA UE

Con su reconocida calidad, competitividad y alto nivel de diversificación, la Unión Europea es el principal comerciante mundial de productos agroalimentarios.

La balanza comercial agroalimentaria de la UE alcanzó su nivel récord en 2023. Según los datos de la Comisión Europea, las exportaciones comunitarias superaron en valor los 228.600 millones de euros, mientras que las importaciones solo llegaron a 158.600 millones de euros. El superávit de la balanza comercial (unos 70.000 millones) fue un 22% superior al del año anterior.

Las causas de este saldo positivo fueron la subida de precios de los productos exportados, frente al descenso de los importados. Dentro de las exportaciones destacaron los preparados de cereales, los lácteos y el vino. Por su lado, en el grupo de importaciones comunitarias sobresalieron las oleaginosas (el déficit comercial es grande en esta categoría), algunas frutas, las nueces, el café, el té, el cacao y las especias.

Dentro de las exportaciones destacaron los envíos a Reino Unido (el principal destino de las ventas exteriores de la UE), que compró productos por un valor de 51.300 millones. Por detrás se situó Estados Unidos, como segundo destino, a pesar de que en 2023 se produjo una ligera caída de las exportaciones. Asimismo, China fue de nuevo el tercer destino de los productos agroalimentarios de la UE, a pesar de que disminuyeron hasta en un 29% las ventas de carne de porcino al país asiático. Otros destinos principales de los productos de la UE fueron Turquía (que registró un crecimiento del 7%) y Ucrania (con un aumento del 18%).

En 2023, la UE exportó una amplia variedad de productos, pero casi el 30% del total fueron preparados de cereales y productos de molinería; lácteos y vino. Ese año, las exportaciones de preparaciones de frutas, nueces y verduras tuvieron un gran aumento en el valor de venta, en relación con el año anterior. También fue muy positiva la exportaciones de cereales y de productos de confitería.

Con respecto a las importaciones, Brasil siguió siendo el primer país de procedencia, con un 11% de las importaciones totales. El Reino Unido fue de nuevo el

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

PRODUCTO	VALOR (Millones de euros)		CANTIDAD (Miles de toneladas)	
	2022	2023	2022	2023
ACEITE DE GIRASOL	1.235,3	883,1	739,5	818,8
ACEITE DE OLIVA	724,6	1.131	218,3	213,3
ALMENDRA (cáscara y grano)	536,3	405,6	125,8	126,5
ANIMALES VIVOS VACUNO	243,1	288,6	71,4	82,4
ARROZ	263,2	261,4	414,9	363,88
ARTÍCULOS DE CONFITERÍA sin cacao	169	200,6	45,3	45,7
AZÚCAR DE CAÑA O REMOLACHA	815,3	1.225,1	1.419,1	1.534,9
PIMIENTA	183,6	168,6	76,3	80,4
CAFÉ	1.374,7	1.290,3	376,3	340,6
CARNE DE AVES	505	529,7	160	182,2
CARNE DE PORCINO	236,6	272,5	110,4	101,6
CARNE DE VACUNO	848,2	899,8	112,8	137
CEBADA	436,1	834	1.330	3.360,5
CERVEZA DE MALTA	362,7	436,8	532,5	566,2
CHOCOLATE	691,9	788,1	160,8	165,4
CRUSTÁCEOS	1.543,6	1.330,4	199,3	194
GARBANZOS	41,12	70,9	35,5	58,3
HABAS DE SOJA	1.939,1	1.762,9	3.173	3.327
JUDÍAS SECAS	73	62	56,9	45,3
JUDÍAS VERDES	147	161	114,02	100,4
KIWIS	244	297,8	140,3	147,6
LECHE Y NATA SIN CONCENTRAR	129,7	165,3	162,2	200,3
LECHE Y NATA CONCENTRADAS	292	294	92,6	109,2
LENTEJAS	40,4	65,9	38	63,5
MAÍZ	3.494,9	2.472,4	1.1287,8	9.162,9
MANZANAS	150,3	195,1	195,5	218,2
MERLUZA	70,1	58,8	29,9	27,8
MOLUSCOS	2.387,4	2.099,6	417,4	392,9
PATATA FRESCA	363,9	472	1.056,7	1.091,4
PIÑA	134,2	149,9	160,7	181
PLÁTANOS Y BANANAS	259,1	286,3	403,7	424,8
QUESOS Y REQUESÓN	1.632,4	1.753,9	326,8	361,7
RON	166,3	153,8	46,3	44,8
SALMONES DEL ATLÁNTICO	16,19	15,53	61,9	59,3
SEMILLAS DE GIRASOL	465,17	385,72	539,1	452,1
TOMATES FRESCOS	206,3	220,2	188	189
TRIGO	1.735,8	2.622,6	4.968,1	9.636,7
VINO	282,5	300,7	60,9	55,6
WHISKY	362,8	361,5	67,9	59,9
YOGURES	271	335,9	169,9	190,6

Fuente: DATACOMEX

segundo país al que más compraron los países comunitarios y Ucrania el tercero.

Las compras a estos tres países representaron el 28% del total, pero la UE importó productos agroalimentarios de más de 30 países, según los datos de la Comisión Europea. A este respecto, destacaron en 2023 las compras realizadas en Turquía, Egipto, Argentina (que registró ese año una caída de sus exportaciones a la UE), China e Indonesia. ■

Industria alimentaria



En 2023, la producción de la industria de alimentación y bebidas alcanzó un valor de 162.459 millones de euros, un -2,6% frente al ejercicio anterior. Respecto al valor añadido bruto (VAB), la industria de alimentación y bebidas alcanzó un valor de 31.038 millones de euros, con un aumento del 8%. Descontando el efecto de los precios y los costes, el crecimiento real se cifra en el 1,4%. Con estas cifras, la actividad de esta rama industrial supone cerca del 2,3% valor añadido bruto nacional y representa el 13,9% del conjunto de la industria española y el 18,5% de las manufacturas.

El subsector más importante en la industria de alimentación es la industria cárnica, que representa el 24,2% del valor añadido bruto, seguido por comidas para animales (10,7%), aceites y grasas (9,7%) y transformación de frutas y hortalizas (7,5%) y leche y productos lácteos (6,3%). Estos cinco sectores suponen cerca de dos terceras partes de la producción total (su aportación conjunta asciende al 58,4%).

El sector industrial de alimentación y bebidas contaba en España en 2023 con 28.335 empresas, de las que 22.029 tienen menos de 10 empleados. Las empresas de tamaño mayor y medio tamaño ganan representatividad respecto al total y avanzan un 2,3%; mientras que en el grupo de empresas de más de 1.000 trabajadores aparecen 6 nuevas con respecto al año anterior.

En 2023, la industria alimentaria ha marcado el valor de su productividad real en 55.240,0 euros (31,3 euros por hora trabajada). Sin embargo, la producción generada por cada

puesto de trabajo se elevaba hasta cerca de 72.800 euros (41,2 euros por hora trabajada).

El análisis sectorial indica que la industria cárnica emplea a 118.368 personas, lo que supone un 24,9% del total del empleo en el sector y, junto a panadería y pastas alimenticias (95.361 ocupados y un 20,0%), representan el 44,9%. El siguiente en importancia es la fabricación de bebidas con 53.585 ocupados, un 11,3%. A continuación, la preparación y conservación de frutas y hortalizas con 48.952 empleos (10,3% de participación); además, los productos lácteos también recogen 30.029 empleados, un 6,3% del total del sector de la alimentación.

La internacionalización sigue destacando como puntal de la industria de alimentación y bebidas. En 2023, de nuevo, el sector repite su actuación en el mercado internacional, con un registro de 47.620 millones de euros en exportaciones. Considerando el volumen, la cifra de exportaciones desciende un -6,6% en 2023, superando apenas los 20 millones de toneladas, frente a 21,4 registradas en 2022. España se mantiene como uno de los principales exportadores de la industria de alimentación y bebidas a nivel mundial y en quinta posición entre los principales exportadores de la Unión Europea, solo por detrás de Países Bajos, Alemania, Francia e Italia.

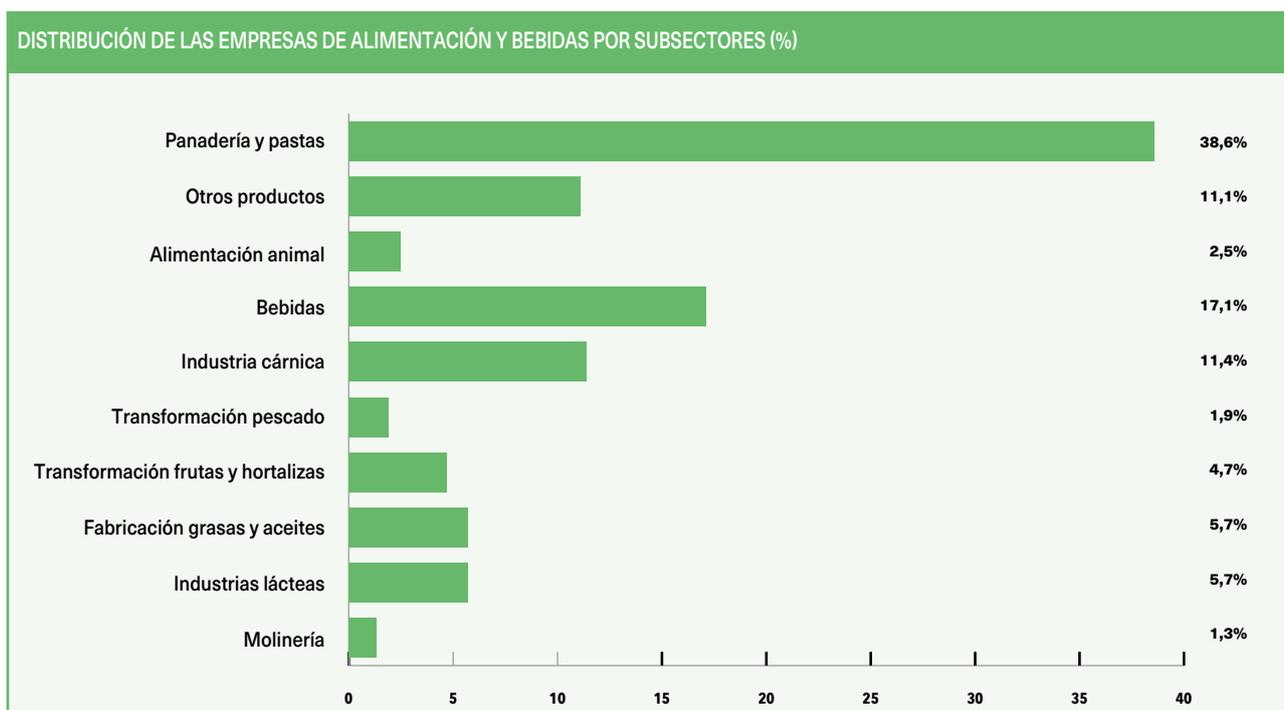
Por mercados, se destinan a la Unión Europea más de la mitad del total de las exportaciones (primer socio comercial con un peso del 58% sobre el total), encabezadas por Francia (15,1% sobre el total) y seguidas de Portugal (11,7%) y de Italia (11,6%). Fuera de la Unión Europea, el

primer socio extracomunitario es Estados Unidos, alcanzando un porcentaje del 5,8% sobre el total (experimenta un retroceso -6,4% en parte por el extraordinario comportamiento que experimentaron las ventas en años previos), seguido de China con un 3,8% (un retroceso del -23,6% que refleja la bajada de sus importaciones de porcino tras la superación en el país de la situación de la fiebre porcina, así como el aumento de medidas proteccionistas con trabas para la importación de alimentos y bebidas).

En cuanto a los productos más exportados, encabezan la lista la carne y los productos cárnicos (12.032 millones de euros); conservas hortofrutícolas (5.866 millo-

nes de euros); pescado y mariscos (4.471 millones de euros), aceite de oliva (4.148 millones de euros); vino (2.966 millones de euros); productos de panadería y pastas alimenticias (2.043 millones de euros) o productos de cacao, confitería y chocolate (1.918 millones de euros), entre otros.

Por su parte, el volumen de importaciones se contabiliza en 33.923 millones de euros; mientras que la balanza comercial sigue arrojando un saldo positivo de 13.697 millones de euros, consolidando una trayectoria creciente de carácter continuo donde no han tenido cabida resultados negativos en más de una década. ■



Fuente: Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB, 2024).

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	3.244	550	1.318	1.609	1.620	363	10.924	3.147	716	4.844
VALOR DE LA ACTIVIDAD (MILLONES EUROS)	42.595	8.075	13.305	17.023	15.581	5.210	12.395	17.355	18.864	25.930
INDICE DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL (2015=100)	102,2	86,2	80,3	70,1	104,9	87,8	104,2	101,4	96,6	101,9
OCUPADOS	118.368	26.417	48.952	14.575	30.029	6.555	95.361	65.998	16.192	53.585
HORAS MEDIAS TRABAJADAS POR OCUPADO	1.561	1.568	1.559	1.468	1.502	1.533	1.355	1.520	1.556	1.548
GASTOS DE PERSONAL	4.167	870	1.554	555	1.290	313	2.420	2.501	653	2.622
SALARIO MEDIO POR OCUPADO	35.200	32.949	31.744	38.077	42.947	47.687	25.380	37.894	40.307	48.924

FUENTE: Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB, 2024).

ESPECIALISTAS EN TRANSPORTE Y LOGÍSTICA DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS A TEMPERATURA CONTROLADA

Garantizamos el
posicionamiento de su
producto en cualquier
punto de la península en
24/48h

Islas Canarias

Temperatura controlada
**-25°C a
+15°C**

SERVICIOS DE TRANSPORTE



Retail y capilar (puntos de
venta, restauración)



Trazabilidad:
Portal Cliente



Flujos regulares, de
campaña y transporte a
demanda



Sistemas de
información

Servicio a
más de
35
países

SERVICIOS DE LOGÍSTICA



Almacenaje



Seguridad
alimentaria



Servicios especiales:
copacking, labelling,
depósito aduanero,
congelación /
descongelación



Preparación
de pedidos



Gestión de
aprovisionamiento



Estructura del comercio minorista

Las actividades de distribución comercial cuentan con la finalidad última de asegurar el abastecimiento de productos, especialmente los alimentarios, a los consumidores. Durante los últimos años, caracterizados por los efectos de la pandemia, la guerra de Rusia y Ucrania y los incrementos de costes y precios, el comercio y las actividades distributivas han sido consideradas como esenciales para la sociedad.

Con carácter general, en el conjunto de la estructura distributiva se advierte una significativa participación de las actividades minoristas de alimentación. Sobre el total de empresas dedicadas al comercio detallista, un 19,4% se asocia al comercio de alimentos y bebidas en establecimientos especializados conforme a los datos del DIRCE que elabora el INE; revisando el número de locales, se estima que existen en torno a 98.426 vinculados al comercio especializado de alimentación y bebidas.

Atendiendo al conjunto de la población, se calcula que existen en España 2,0 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 (2,7 locales/1.000 habitantes), Castilla y León (2,4 locales/1.000 habitantes) y Andalucía, Cataluña, Navarra y La Rioja (2,3 locales/1.000 habitantes en los cuatro casos).

Los establecimientos de libre servicio han aumentado su cuota de mercado durante los últimos años incre-

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

Nº EMPRESAS	95.450
CIFRA DE NEGOCIOS (Miles euros)	26.177.550
VALOR DE LA PRODUCCIÓN (Miles euros)	6.804.725
INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES (Miles euros)	144.156
PERSONAL OCUPADO (Media anual)	241.043
PERSONAL REMUNERADO (Media anual)	152.222

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

mentando el número de establecimientos y la superficie de venta. En 2023, se contabilizaron 24.129 establecimientos de libre servicio (512 hipermercados y 23.617 supermercados); la superficie comercial de estos establecimientos asciende a 14.820.682 m².

Por comunidades autónomas, destaca la concentración de la superficie de establecimientos de libre servicio en Andalucía (18,0%), Cataluña (16,5%), Comunidad Valenciana (12,2%) y Comunidad de Madrid (11,5%). Atendiendo a la población, la mayor dotación se localiza en Asturias (375,5 m²/1.000 habitantes), Cantabria (364,8 m²/1.000 habitantes), Galicia (358,9 m²/1.000 habitantes), La Rioja (339,5 m²/1.000 habitantes) y Comunidad Valenciana (339,1 m²/1.000 habitantes) mientras que la menor está en la Comunidad de Madrid (244,3 m²/1.000 habitantes), País Vasco (291,5 m²/1.000 habitantes), Murcia (292,1 m²/1.000 habitantes), y Aragón (294,1 m²/1.000 habitantes). ■

ESTABLECIMIENTOS EN RÉGIMEN DE LIBRESERVICIO					
	Número	Superficie total		Superficie de alimentación (*)	
		m ²	%	m ²	%
HIPERMERCADOS	512	1.857.522	12,5	928.761	8,2
Hipermercado pequeño	212	445.737	3,0	222.869	2,0
Hipermercado grande	300	1.411.785	9,5	705.893	6,2
SUPERMERCADOS	23.617	12.963.160	87,5	10.370.528	91,8
Hasta 399 m ²	13.050	2.467.849	16,7	1.974.279	17,5
De 400 m ² a 999 m ²	5.731	3.601.475	24,3	2.881.180	25,5
Mas de 1.000 m ²	4.836	6.893.836	46,5	5.515.069	48,8
TOTAL	24.129	14.820.682	100,0	11.299.289	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 (2024).

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 2023 un incremento interanual en sus ventas del 7,9%. Todavía con incertidumbre, comienzan a superarse los efectos negativos de la pandemia, los conflictos de Rusia y Ucrania aunque distorsionan las notables elevaciones de costes y precios en las actividades de distribución. De forma más precisa, los productos de alimentación se incrementan un 13,0%, se aumenta un 14,7% los productos de equipamiento personal, un 7,8% otros bienes. También se registra un ascenso del 6,1% en productos de equipamiento del hogar.

La desagregación del *Índice de comercio al por menor*, según los distintos modos de distribución y considerando también las series corregidas, muestra variaciones positivas de las ventas en las distintas fórmulas comerciales respecto al año anterior (por ejemplo, las grandes cadenas ganan un 16,6% en su volumen de ventas mientras que las pequeñas cadenas aumentan un 11,4% en esa misma variable).

Por otra parte, en el conjunto del año 2023 y teniendo en cuenta la información de las series originales, todas las comunidades autónomas aumentan sus



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 (2024).

ventas respecto al año anterior. Las que presentan los mayores ascensos, por encima de la media nacional, son Castilla-La Mancha (11,9%), Canarias (11,1%), Baleares (9,7%), Andalucía (8,9%), Cantabria (8,5), Cataluña (8,3%) y Región de Murcia (8,1%)

El análisis de la evolución de las ventas del comercio minorista, comparando los valores alcanzados en cada uno de los meses del año 2023 con los valores obtenidos en ese mismo mes durante el año anterior, refleja una tendencia alcista aunque con notables variaciones de distinta intensidad en función de los meses y las familias de productos. El *Índice de Alimentación* ha evolucionado con tasas positivas de dos dígitos en todos los meses con variaciones más elevadas en la primera parte del año. En cuanto al *Índice de General* también se observa una evolución favorable con todas las tasas de variación positivas y elevadas aunque con una tendencia descendente conforme avanzaba el año. ■

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

	Variación índice de ventas 22/21	Variación índice ocupación 22/21
Empresas unilocalizadas	8,3	1,2
Pequeñas cadenas	11,4	2,0
Grandes cadenas	16,6	3,5
Grandes superficies	4,3	3,9
Índice General	5,3	--

Fuente: INE (2024).

Hostelería y restauración

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

Conforme a la información ofrecida por la consultora CIRCANA (resultante de la fusión de NPD Group con IRI), en 2023, el gasto de los españoles en restauración -bares, restaurantes, establecimientos de comida rápida y otros canales como venta automática, gasolineras o comedores de empresa- sumó 41.650 millones de euros, lo que representa un aumento cercano al 11% respecto al año anterior. Este buen resultado se fundamenta tanto en la progresiva recuperación de las visitas a los establecimientos como en la subida de precios al consumidor final, derivada del encarecimiento de costes.

En 2023, se registraron un total de 7.210 millones de visitas, un 3,2% más que el año pasado. Respecto a los precios, mientras que el IPC en restauración se incrementa considerablemente, el gasto promedio por ocasión crece en menor medida. En consecuencia, los españoles están aplicando diversas medidas de ajuste para mantener las ocasiones de consumo fuera del hogar sin incrementar en exceso el gasto; se advierten algunos cambios como, por ejemplo, acudir a establecimientos de menor precio, sustituir los platos y bebidas con precio más elevado por

opciones más económicas, reducir el consumo de bebidas alcohólicas o buscar menús con precio cerrado.

CIRCANA señala que el año 2023 todavía estuvo influenciado por la recuperación post-pandemia. Tras una fase inicial de relanzamiento de las ocasiones perdidas, durante el verano el consumidor empezó a estabilizar sus hábitos y frecuencia de consumo en restauración, tendencia que se mantuvo hasta el final del año.

Durante el año 2023, un 83% del gasto en alimentación fuera del hogar se hace en algún establecimiento de restauración, ya sea un local de restauración organizada o de restauración independiente. El 17% restante se destina a otros puntos de venta que con nuevos desarrollos, ofertas e innovación, ofrecen alternativas directas a los consumidores. Destacan, entre las mismas, el desarrollo que han tenido canales como hoteles o el continuo avance de la oferta de comida caliente de los supermercados (en este segundo caso se alcanza ya una facturación anual superior a 860 millones de euros).

Según CIRCANA, el año 2023 también se cierra con la consolidación de los establecimientos de comida rápida, crecen un 13% respecto al año anterior, impulsados por todas sus variedades (hamburgueserías, pizzerías, étnico, poke, ensaladas individuales ...) y ya alcanzan el 12,7% del gasto total realizado en este mercado. Al mismo tiempo, la consultora indica que el food delivery cierra el año con una facturación anual superior a los 2.925 millones de euros anuales en el mercado español. El consumidor lo ha incluido en su rutina habitual y 1 de cada 2 usuarios del servicio afirman que mantienen o incluso han incrementado su uso respecto al año anterior.

Por otra parte, un informe elaborado por Alimarket evalúa la actividad realizada por las principales compañías y grupos de restauración organizada, *Informe 2024 de Grupos de Restauración Organizada en España*. En concreto, los 783 grupos y cadenas de restauración organizada aumentaron durante el año 2023 el parque de locales operativos en un 4,7% en el último año, superando los 15.400 establecimientos. Aunque los grandes grupos continúan presentando un saludable ritmo de crecimiento, una buena parte de la expansión del sector corresponde a la actividad de cadenas de pequeño y mediano tamaño, así como a la incesante incorporación de nuevos actores al mercado.

Por otra parte, el Observatorio Sectorial DBK indica que el valor del mercado de comida rápida se situó en



DATOS BÁSICOS SOBRE EL SECTOR DE RESTAURACIÓN, 2023

	EMPRESAS		LOCALES	
	Nº	%	Nº	%
Restaurantes y puestos de comidas	69.410	29,9	81.080	30,8
Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas	14.218	6,1	18.937	7,2
Establecimientos de bebidas	148.200	63,9	163.491	62,0
Total servicios de comidas y bebidas	231.828	100,0	263.508	100,0

Fuente: Elaboración propia con datos del Directorio Central de Empresas (INE, 2024).

5.330 millones de euros en 2023, lo que representa un crecimiento del 10,9% respecto al ejercicio anterior (en 2022 había aumentado un 22% y en 2021 un 27%). La prolongación del crecimiento de los pedidos para llevar y entregar a domicilio, la superación de los niveles de consumo en establecimiento previos a la pandemia y el incremento de los precios permitieron que la facturación mantuviera esta evolución tan positiva.

Las ventas en mostrador generaron 3.930 millones de euros, lo que supuso un 11,6% más que en 2022. Por su parte, el servicio delivery moderó su crecimiento en 2023 respecto a los ejercicios precedentes, incrementándose un 8,9%, hasta los 1.400 millones de euros (el 26% del negocio total).

Por tipo de establecimiento, las hamburgueserías mantuvieron su evolución favorable (12,4%), hasta los 3.175 millones de euros. Las pizzerías, con unos ingresos de



DATOS BÁSICOS SECTOR COMIDA RÁPIDA, 2023

TOTAL VALOR MERCADO (Mill. euros)	5.330
Mostrador	3.930
Delivery	1.400
Hamburgueserías	3.175
Pizzerías	840
Bocadillerías	545
Otros establecimientos	770
EVOLUCIÓN DEL MERCADO EN VALOR (% , 2023 vs 2022)	10,9
Mostrador	11,6
Delivery	8,9
Hamburgueserías	12,4
Pizzerías	7,0
Bocadillerías	4,8
Otros establecimientos	14,1
CONCENTRACIÓN MERCADO (% sobre valor)	
CR 5	74,5
CR 10	84,4

Fuente: Elaboración propia con datos del Observatorio Sectorial DBK de INFORMIA (2024).

840 millones, y las bocadillerías, con 545 millones, contabilizaron tasas de crecimiento más moderadas, situadas entre el 7% y el 4,8%, respectivamente. Por su parte, el grupo de otros establecimientos incrementó su facturación un 14,1%, cifrándose en 770 millones de euros.

Respecto a la oferta de establecimientos, a lo largo de 2023 continuó aumentando, hasta alcanzar los 5.820 locales al cierre del año, registrándose la apertura de puntos de venta por parte de cadenas ya operativas y la creación de nuevas enseñas.

Finalmente, el Observatorio Sectorial DBK también señala que el sector presenta un alto grado de concentración en torno a un número reducido de grandes cadenas, las cuales cuentan con un amplio número de locales repartidos por toda la geografía española. De esta forma, las cinco primeras cadenas en función del número de locales reunieron en 2023 algo más del 50% de la oferta total de establecimientos, mientras que en términos de facturación las cinco primeras cadenas reunieron el 74,5% del mercado total. ■

Consumo alimentario



La información aportada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación determina que el gasto total en alimentación y bebidas ascendió a 115.917,4 millones de euros en 2023. La participación de los hogares en este gasto se cifra en 80.975,7 millones de euros –un 69,9%– mientras que los establecimientos de hostelería y restauración alcanzaron un gasto de 34.941,7 millones de euros –un 30,1%–.

Durante el año 2023 se produjo un ascenso notable del gasto alimentario con respecto al año anterior (7,5%), como consecuencia del mayor precio pagado tanto fuera como dentro de los hogares. Respecto al año anterior, el gasto en la alimentación en el hogar se eleva un 9,6% mientras que el gasto extradoméstico se incrementó un 3,1%. Atendiendo a las cifras de volumen consumido, las variaciones son negativas: un -0,4% en el consumo dentro del hogar y un -2,5% en el consumo fuera de los hogares.

En la demanda de alimentación de los hogares españoles siguen primando los productos frescos; así pues, la carne supone un 19,8% sobre el gasto total; las patatas, frutas y hortalizas frescas un 17,1%; los pescados un 11,4%; y, el gasto en pan alcanza el 4,2%. Al mismo tiempo, también se configuran como partidas relevantes en el gasto alimentario la leche y derivados lácteos (12,2% sobre el gasto total), los productos de bollería y pastelería (4,4%), el aceite de oliva (2,1%) o los platos preparados (5,0%). ■

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2023



Fuente: MAPA (2024).

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN, 2023

GASTO TOTAL ALIMENTACIÓN 115.917,4 millones de euros Δ 2023-22: 7,5%	GASTO ALIMENTACIÓN EN EL HOGAR 80.975,7 millones de euros Δ 2023-22: 9,6%	COMERCIO ESPECIALIZADO 12.338,1 millones de euros (15,2%) Δ 2023-22: 3,5%
		SUPERMERCADOS 50.383,8 millones de euros (62,2%) Δ 2023-22: 12,3%
		HIPERMERCADOS 10.959,1 millones de euros (13,4%) Δ 2023-22: 11,9%
		ECONOMATOS Y COOPERATIVAS 255,3 millones de euros (0,3%) Δ 2023-22: 3,0%
		MERCADILLOS 758,5 millones de euros (0,9%) Δ 2023-22: 10,2%
		VENTA A DOMICILIO 440,7 millones de euros (0,5%) Δ 2023-22: -15,8%
		AUTOCONSUMO 1.297,7 millones de euros (1,6%) Δ 2023-22: 13,6%
		VENTA INTERNET 1.710,3 millones de euros (2,1%) Δ 2023-22: 7,5%
		OTROS CANALES DE VENTA 2.932,2 millones de euros (3,6%) Δ 2023-22: -8,7%
		HIPERMECADOS, SUPERMERCADOS, G ALMACENES 2.900,2 millones de euros (8,3%) Δ 2023-22: 3,1%
		RESTAURANTES 12.334,4 millones de euros (35,3%) Δ 2023-22: 3,7%
		BARES Y CAFETERÍAS 14.326,1 millones de euros (41,0%) Δ 2023-22: 4,4%
		PANADERÍAS Y PASTELERÍAS 419,3 millones de euros (1,2 %) Δ 2023-22: 3,1%
		TIENDAS CONVENIENCIA Y ESTACIONES SERVICIO 1.642,3 millones de euros (4,7%) Δ 2023-22: 46,8%
HOTELES 174,7 millones de euros (0,5%) Δ 2023-22: -14,0%		
MÁQUINAS DISPENSADORAS 524,1 millones de euros (1,5%) Δ 2023-22: 3,1%		
SERVICIOS EN LA EMPRESA 384,4 millones de euros (1,1%) Δ 2023-22: -5,4%		
OTROS CANALES DE VENTA 2.236,3 millones de euros (6,4%) Δ 2023-22: -20,7%		
	GASTO ALIMENTACIÓN EXTRADOMÉSTICO 34.941,7 millones de euros Δ 2023-22: 3,1%	

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

CONSUMO Y GASTO ALIMENTARIO (HOGARES), 2023

	CONSUMO			GASTO		
	Millones de kilos o litros	Kilos o litros per cápita	% sobre total	Millones de euros	Euros per cápita	% sobre total
HUEVOS (Kilos)	405,9	8,7	1,5	1.304,1	27,9	1,6
CARNE	1.923,3	41,1	7,2	16.038,3	342,8	19,8
CARNE FRESCA	1.386,7	29,6	5,2	10.408,1	222,5	12,9
CARNE CONGELADA	53,1	1,1	0,2	282,2	6,0	0,3
CARNE TRANSFORMADA	483,6	10,3	1,8	5.348,0	114,3	6,6
PESCA	868,3	18,6	3,2	9.287,5	198,5	11,5
PESCADOS	456,5	9,8	1,7	4.519,7	96,6	5,6
MARISCOS, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS	225,3	4,8	0,8	2.386,1	51,0	2,9
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	186,5	4,0	0,7	2.381,7	50,9	2,9
LECHE LIQUIDA	2.942,7	62,9	11,0	2.872,6	61,4	3,5
OTRAS LECHES	23,8	0,5	0,1	199,5	4,3	0,2
DERIVADOS LACTEOS	1.496,2	32,0	5,6	6.977,4	149,1	8,6
PAN	1.279,5	27,4	4,8	3.365,9	71,9	4,2
BOLLERIA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	590,2	12,6	2,2	3.553,8	76,0	4,4
CHOCOLATES Y CACAOS	148,7	3,2	0,6	1.347,5	28,8	1,7
ARROZ	175,4	3,8	0,7	394,5	8,4	0,5
PASTAS	193,7	4,1	0,7	495,4	10,6	0,6
AZUCAR	119,6	2,6	0,4	187,0	4,0	0,2
LEGUMBRES	152,5	3,3	0,6	332,1	7,1	0,4
ACEITE	461,1	9,9	1,7	2.092,3	44,7	2,6
ACEITE DE OLIVA	285,6	6,1	1,1	1.730,5	37,0	2,1
ACEITE DE GIRASOL	156,0	3,3	0,6	290,1	6,2	0,4
MARGARINA	23,8	0,5	0,1	119,8	2,6	0,1
ACEITUNAS	108,8	2,3	0,4	435,1	9,3	0,5
VINOS Y DERIVADOS	396,6	8,5	1,5	1.237,1	26,4	1,5
CERVEZAS	902,1	19,3	3,4	1.472,1	31,5	1,8
SIDRA	15,0	0,3	0,1	44,4	0,9	0,1
WHISKY	6,9	0,1	0,0	98,7	2,1	0,1
GINEBRA	5,2	0,1	0,0	80,1	1,7	0,1
RON	3,7	0,1	0,0	51,6	1,1	0,1
ZUMO Y NECTAR	298,8	6,4	1,1	401,2	8,6	0,5
PATATAS	1.226,2	26,2	4,6	1.553,9	33,2	1,9
HORTALIZAS FRESCAS	2.288,7	48,9	8,5	5.375,0	114,9	6,6
FRUTAS FRESCAS	3.672,8	78,5	13,7	7.508,7	160,5	9,3
FRUTOS SECOS	159,4	3,4	0,6	1.319,8	28,2	1,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	545,1	11,7	2,0	1.534,2	32,8	1,9
PLATOS PREPARADOS	768,5	16,4	2,9	4.071,5	87,0	5,0
CAFES E INFUSIONES	81,9	1,8	0,3	1.480,9	31,7	1,8
SALSAS	130,2	2,8	0,5	668,1	14,3	0,8
AGUA DE BEBIDA ENVASADA	3.030,7	64,8	11,3	683,8	14,6	0,8
REFRESCOS Y GASEOSAS	1.676,8	35,8	6,2	1.886,5	40,3	2,3
TOTAL ALIMENTACION	26.866,5	574,3	100,0	80.975,7	1.730,9	100,0

Fuente: MAPA (2023).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN (HOGARES), 2022-2023

	CONSUMO	GASTO
PRINCIPALES INCREMENTOS 2021-2022	Zumo concentrado (760,7%)	Zumo concentrado (818,4%)
	Bacaladilla (700,8%)	Carne despojos (786,8%)
	Vinagre de vino (491,7%)	Bacaladilla (553,0%)
	Aceite de orujo (103,5%)	Vinagre (190,5%)
	Almendra con cáscara (77,7%)	Aceite de orujo (151,4%)
	Paleta ibérica entera (58,7%)	Almendra con cáscara (77,9%)
	Batido de yogur sin lactosa (49,4%)	Patatas congeladas(58,9%)
	Algas (38,5%)	Paleta ibérica entera (54,9%)
	Flanes sin gluten (33,6%)	Leche condensada (42,1%)
	Berberechos congelados (33,4%)	Aceite de oliva virgen (41,5%)
PRINCIPALES DISMINUCIONES 2021-2022	Verduras y hortalizas de cuarta gama (-72,9%)	Carne de avestruz (-99,8%)
	Vinagre balsámico (-66,5%)	Aceite de soja (-65,5%)
	Aceite de soja (-61,0%)	Despojos de cerdo (-47,6%)
	Leche botella vidrio (-42,9%)	Leche de bolsa (-38,3%)
	Anís (-42,3%)	Aceite de maíz (-28,2%)
	Aceite ecológico (-33,7%)	Sushi (-24,4%)
	Chorizo de pavo (-33,4%)	Plato preparado arroz (-22,6%)
	Salchichas congeladas (-31,9%)	Salchichas congeladas (-22,4%)
	Alcachofas (-31,6%)	Infusiones granel (-22,1%)
	Plato preparado arroz (-31,4%)	Salchichón de pavo (-20,6%)

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2024).

MÁS «» CONTIGO

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

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

ESTÁ EN NUESTRO ADN, AGRO Y COOPERATIVO.

 **cajamar**
CAJA RURAL

Así somos nosotros.
Puro ADN Agro.



Gasto y consumo per cápita en hogares

Durante el año 2023, el gasto por persona en alimentos y bebidas para consumo en el hogar se cifra en 1.730,9 euros. En consecuencia, la media de gasto mensual en productos alimentarios se situó en 144,2 euros, notablemente superior al del ejercicio anterior como consecuencia de la elevación de los precios en alimentos y bebidas.

La carne es el producto más demandado y cada español gastó el año pasado 342,8 euros en los 41,1 kilos per cápita consumidos. El gasto por individuo en productos del mar asciende a 198,5 euros y supone un consumo de 18,6 kilos por persona.

Las frutas y hortalizas, tanto frescas como transformadas, tienen un protagonismo notable en la demanda. Durante 2023, en términos medios, cada persona consumió 78,5 kilos de frutas frescas, 75,1 kilos de hortalizas y patatas frescas y 11,7 kilos de frutas y hortalizas transformadas; en cifras de gasto per cápita, el consumo referido supuso 160,5 euros, 148,1 euros y 32,8 euros, respectivamente.

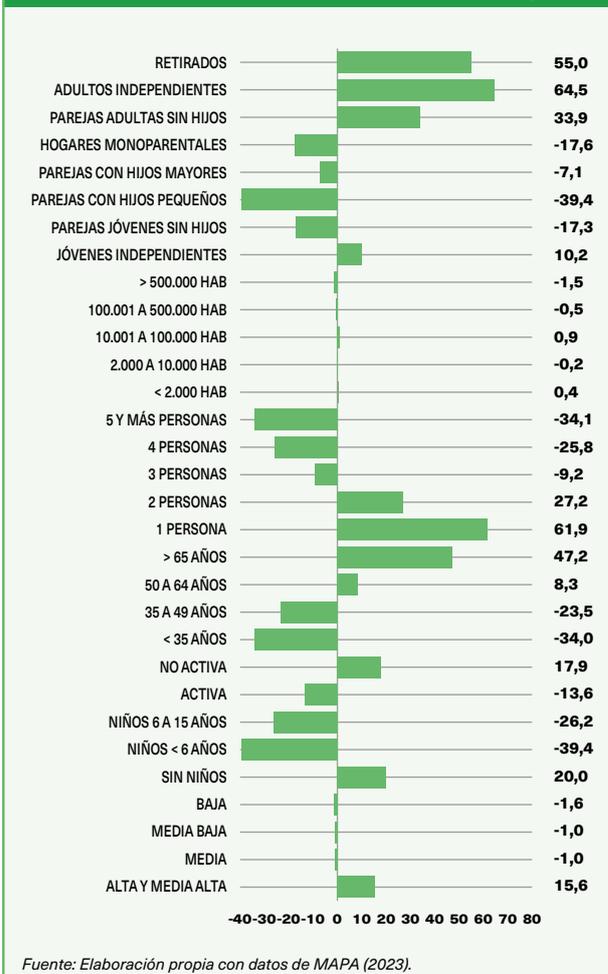
El gasto y el consumo en leche líquida y derivados lácteos también resulta notable en los hogares españoles. Por persona, se cuantifica un consumo de 62,9 litros de leche y un gasto de 61,4 euros mientras que los productos lácteos alcanzan, también en cifras per cápita, un gasto de 149,1 euros y un consumo de 32,0 kilos.

En términos medios, durante 2022 cada español consumió 27,4 kilos de pan, 12,6 kilos de bollería y pastelería y 16,4 kilos de platos preparados que, en términos de gasto per cápita, supusieron 71,9 euros, 76,0 euros y 87,0 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 2023 cada español consumió 6,1 litros de aceite de oliva y gastó 37,0 euros en este producto; el consumo per cápita de vino y derivados ascendió a 8,5 litros y supuso un gasto de 26,4 euros por persona; finalmente, el gasto en huevos llegó a 27,9 euros y se corresponde con los 138 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

CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTACIÓN EN HOGARES (% DESVIACIÓN CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL), 2023



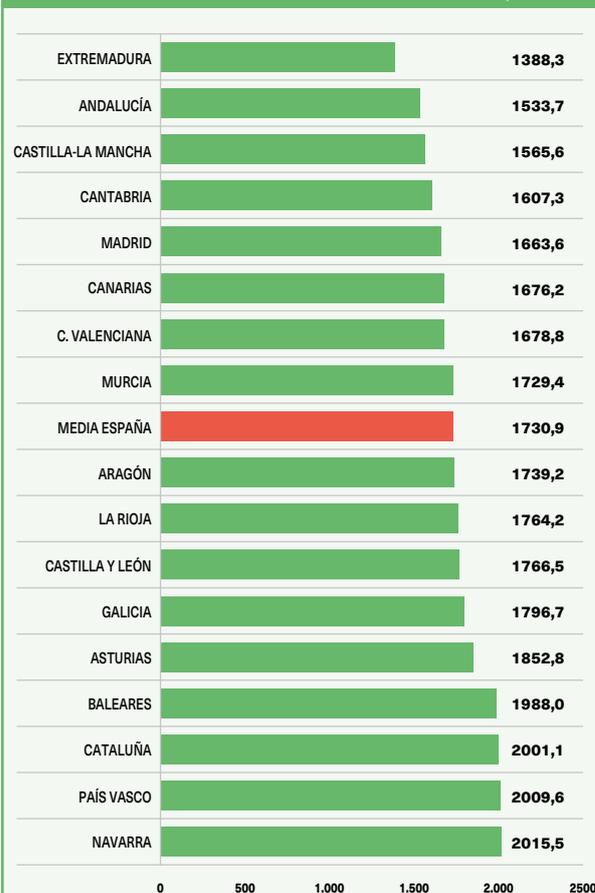
población de residencia, el número de personas que componen el hogar, el nivel socioeconómico, la presencia o no de niños en la familia, la situación en el mercado laboral del encargado de realizar las compras o la edad del mismo son variables que intervienen significativamente en la decisión de compra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

El gasto en alimentos y bebidas también fue dispar por comunidades autónomas durante el año 2023. Así pues, la media de 1.730,9 euros per cápita a nivel nacional se ve claramente excedida en Navarra (2.015,5), País Vasco (2.009,6), Cataluña (2.001,1), Baleares (1.988,0) y Asturias (1.852,8) mientras que sucede lo contrario en Extremadura (1.388,3), Andalucía (1.533,7), Castilla-La Mancha (1.565,6), Cantabria (1.607,3), Madrid (1.663,6) y Canarias (1.676,2). ■

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 Navarra (49,2 kilos) y el menor en Extremadura (34,6 kilos).
- Para el pescado, en Asturias se consumen 24,2 kilos mientras que en Canarias se llega a 14,6 kilos.
- Las principales diferencias en el consumo de aceite de oliva se encuentran entre Galicia (8,4 litros) y Castilla-La Mancha (4,0 litros).
- Navarra es la comunidad que más hortalizas frescas consume (78,1 kilos) mientras que Cantabria tiene los registros más reducidos (36,8 kilos).
- En frutas frescas, el mayor consumo corresponde a Navarra (108,9 kilos) mientras que el menor está en Extremadura (64,8 kilos).
- La Rioja es la comunidad que más vino consume (11,8 litros) mientras que Extremadura alcanza los valores menos elevados (5,9 litros).

GASTO PER CÁPITA EN ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (EUROS) (HOGARES), 2023



Fuente: MAPA (2024).

CONSUMO PER CÁPITA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (HOGARES), 2023

	CARNE (kilos)	PESCA (kilos)	ACEITE DE OLIVA (litros)	HORTALIZAS FRESCAS (kilos)	FRUTAS FRESCAS (kilos)	VINO Y DERIVADOS (litros)
CATALUÑA	43,4	19,1	6,8	59,1	85,3	11,6
ARAGÓN	44,7	18,5	5,4	57,4	78,6	6,9
BALEARES	44,7	18,5	7,7	55,2	86,3	10,6
C. VALENCIANA	41,6	16,7	4,6	49,9	73,6	8,1
REGIÓN DE MURCIA	41,4	18,6	4,5	49,6	79,6	7,7
ANDALUCÍA	36,8	17,3	6,0	43,6	70,2	8,5
COMUNIDAD DE MADRID	39,9	17,5	5,5	44,4	75,0	7,3
CASTILLA-LA MANCHA	44,6	17,5	4,0	44,5	72,5	6,3
EXTREMADURA	34,6	15,3	4,6	43,1	64,8	5,9
CASTILLA Y LEÓN	48,3	21,7	6,3	49,5	89,2	6,7
GALICIA	42,0	23,1	8,4	45,9	86,5	8,4
ASTURIAS	40,3	24,2	7,4	40,2	87,0	11,2
CANTABRIA	35,0	16,9	7,8	36,8	69,4	9,3
PAÍS VASCO	45,5	23,3	8,3	55,1	91,5	8,5
LA RIOJA	47,8	19,4	8,2	38,6	78,4	11,8
NAVARRA	49,2	22,1	6,8	78,1	108,9	8,0
CANARIAS	34,8	14,6	6,1	45,0	75,5	6,7
MEDIA ESPAÑA	41,1	18,6	6,1	48,9	78,5	8,5

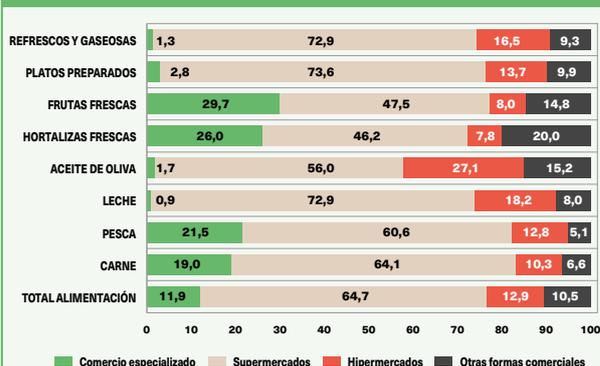
Fuente: MAPA (2024).

Comercialización de alimentos y bebidas

Los hogares españoles utilizan distintos formatos para adquirir los alimentos y bebidas. En este sentido, destaca la importancia relativa de los supermercados (64,7% de cuota de mercado incluyendo a los establecimientos de descuento) que han aumentado progresivamente su participación en detrimento principalmente del comercio especializado (11,9% de cuota) que junto al resto de formatos tienen una presencia cada vez menos notable. Los hipermercados cuentan con una cuota del 12,9% y se estima que el comercio electrónico representa un 2,2% en el total de la alimentación.

No obstante, conviene apuntar ciertas diferencias en la elección de los establecimientos por parte del consu-

CUOTAS DE MERCADO EN LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, 2023



Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2024).

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 2023, se realizan 22,5 ingestas semanales por persona en el hogar, lo que supone un incremento de 0,2 ingestas con respecto al año anterior. Esto es consecuencia del trasvase del consumo de fuera de casa a dentro producido durante el último año. Como resultado, el número de ingestas se acerca a niveles previos a la prepandemia. Las ocasiones de consumo semanales dentro de casa crecen un 1,2% con respecto al 2022, en un escenario donde el consumo fuera de casa se reduce un -2,3%. No obstante, el balance entre el crecimiento del consumo doméstico y la reducción del consumo extradoméstico es ligeramente positivo (0,7%). Es importante mencionar que el freno del consumo fuera del hogar pone de manifiesto el gran margen de recuperación que presenta, siendo actualmente un 25,0% inferior al realizado en 2019.

El cambio de tendencia del año 2023 deja un escenario de reducción del "consumo de entre horas", ya sea dentro o fuera de casa, y se mantienen básicamente las comidas, cenas y desayunos dentro del hogar. Es importante mencionar que el momento "cogido de casa para consumir fuera", que quedó muy penalizado durante y después de la pandemia, se recupera generando hoy 1 de cada 10 ocasiones de consumo dentro de casa. Esto supone una amenaza al consumo estrictamente extradoméstico, ya que los momentos de consumo elegidos para "tomar un alimento o bebida de casa para consumir fuera" son los "consumos de entre horas", principalmente.

Con respecto a las motivaciones de consumo, el 2022 trajo consigo nuevos hábitos dejando atrás comportamientos propios de la pandemia. Ahora, en el año 2023, los consumidores buscan más practicidad y conveniencia en sus consumos. Evidencia de esto son los cambios que hay en las comidas principales, donde se ve una tendencia creciente hacia el plato único o a emplear menos tiempo en la preparación (por ejemplo, se vuelve a los desayunos de antes de las 8 de la mañana, con menos tiempo para elaboraciones complejas).

Independientemente de los cambios que se puedan producir en los usos y tipologías de consumo, la población española generalmente mantiene patrones básicos de la dieta mediterránea a lo largo de la semana: gran parte de la población consume a diario lácteos, frutas, harinas y grasas.

En cuanto a otros tipos de dieta, en 2023 aumenta un 0,7% el porcentaje de población que se considera flexitariano, con una menor ingesta de carne a la semana; mientras que los consumidores vegetarianos y veganos siguen siendo muy minoritarios, un 3,5% del total en 2023.

Durante 2023 el desayuno aumenta un 1,6% las ocasiones de consumo, debido a la incorporación de nuevos consumidores semanales. Actualmente, el 94,0% de los españoles desayunan en casa un promedio de 6 veces a la semana. Es importante recalcar que el desayuno representa un cuarto del consumo que se hace en casa (28,0%), por lo que se convierte en responsable de un 38,0% del crecimiento del consumo doméstico.

Las comidas y cenas representan más de la mitad de las ocasiones de consumo que realizan los españoles dentro del hogar. De hecho, el 95,6% de los españoles realiza comidas principales (comidas y cenas) en casa un promedio de 10,7 veces a la semana. Es evidente que el consumo hoy es diferente al que era en 2019, y esto se refleja en la manera de cocinar durante la semana. A pesar de que durante el año 2023 crece el tiempo dedicado a la cocina precisamente por el traslado del consumo de fuera a dentro del hogar, aún está lejos del tiempo destinado a cocinar en prepandemia.

Las preparaciones caseras son las que disminuyen más ocasiones de consumo en el largo plazo y los hogares españoles están optando cada vez más por utilizar ayudas culinarias (por ejemplo, salsas prefabricadas, caldos envasados, etc.) o incluso consumiendo más platos industriales (platos que son para calentar y están listos para comer).

En cuanto a los modos de preparación, los hogares españoles optan cada vez más por preparaciones a la plancha o sin cocinar/en frío, muy en línea con la búsqueda de practicidad y el menor tiempo dedicado a la cocina. Adicionalmente, es importante recalcar que el frito es el modo de preparación más afectado y que más relevancia está perdiendo, tendencia que está relacionada con el incremento del precio del aceite y la preocupación por la salud. Aparecen otros modos de preparación como la freidora de aire, como alternativas a otras prácticas tradicionales.

El consumo de platos dentro de casa incorpora ocasiones de manera positiva, creciendo un 2,4% respecto a 2022. En el corto plazo hay un crecimiento transversal de todos los platos salvo platos de verduras y pizzas. Platos de huevo, pasta y legumbre son los que presentan la evolución más positiva en este último año. Los platos de pescado, de cuchara y de verduras son los más penalizados en el largo plazo, en contraposición con los platos de legumbres, arroz o huevo, la única proteína de origen animal cuyo precio se ha mantenido más estable.

Fuente: Elaboración propia con datos de MAPA (2024).

midor 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 19,0% en la comercialización de carne, del 21,5% en pescado o del 29,7% 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 72,9% de las ventas de leche o el 56,0% de las ventas de aceite de oliva). De forma concreta, el comercio especializado distribuye el 27,9% de la alimentación fresca y el 2,2% de la alimentación seca mientras que los supermercados llegan al 38,8% de la alimentación fresca y el 57,9%

de la alimentación seca (adicionalmente las cuotas de los establecimientos de descuento son 11,1% y 15,8%, respectivamente). ■



Consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar

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

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

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

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

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

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

Consumo y gasto en aceite de aliño

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de aceite de aliño fue de 1,9 millones de litros, que suponen 0,13 litros de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en aceite de aliño ascienden a 192,2 millones –de

forma concreta, 12,6 por persona-. Durante el último año, un 43,8% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado aceite de aliño en alguna consumición fuera del hogar.

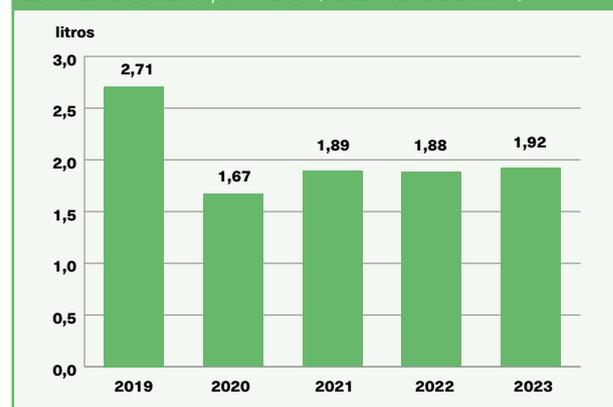
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ACEITE DE ALIÑO, 2023

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Litros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL ACEITE ALIÑO	1,92	0,13	192,17	12,58	43,81

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha experimentado una estabilidad en el consumo extradoméstico de aceite de aliño con respecto a los datos del año anterior.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ACEITE DE ALIÑO, 2019-2023 (MILLONES DE LITROS)



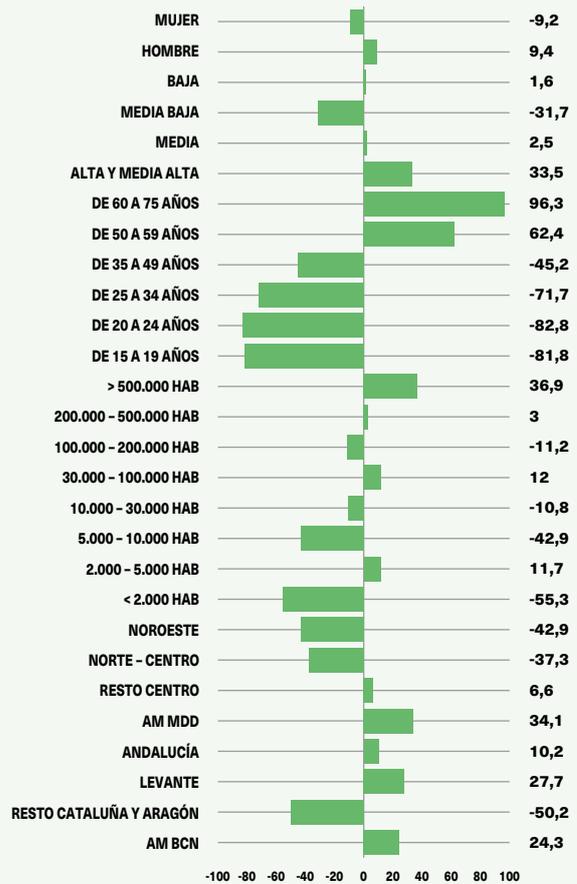


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de aceite de aliño durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- En las diferencias por sexo, se advierte un consumo superior de esta familia de productos en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de aceite de aliño fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de aceite de aliño aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 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 mayores de 500.000 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 y Barcelona, Andalucía, Levante y resto centro, 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 = 0,13 litros por persona

Consumo y gasto en agua envasada

Durante el año 2023, el consumo extracomunitario de agua envasada fue de 614,8 millones de litros, que suponen 17,6 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 642,2 millones de euros que suponen 18,4 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de agua envasada llegan a 648,6 millones –de forma concreta, 25,6 por persona-. Durante el último año, un 72,6% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado agua envasada en alguna consumición fuera del hogar.

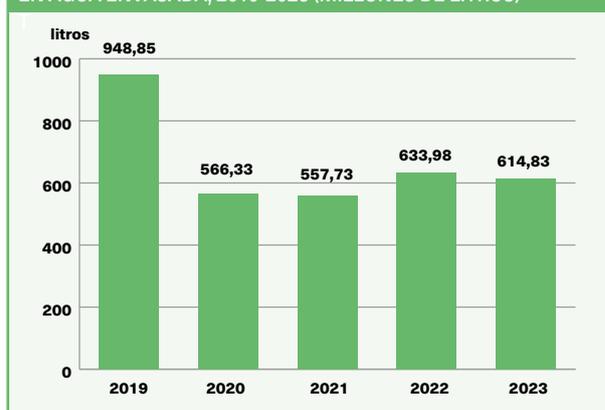
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN AGUA ENVASADA, 2023

	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	614,83	17,63	642,23	18,41	648,64	25,61	72,63

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido un ligero descenso del 3,0% en el consumo extracomunitario de agua envasada.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN AGUA ENVASADA, 2019-2023 (MILLONES DE LITROS)



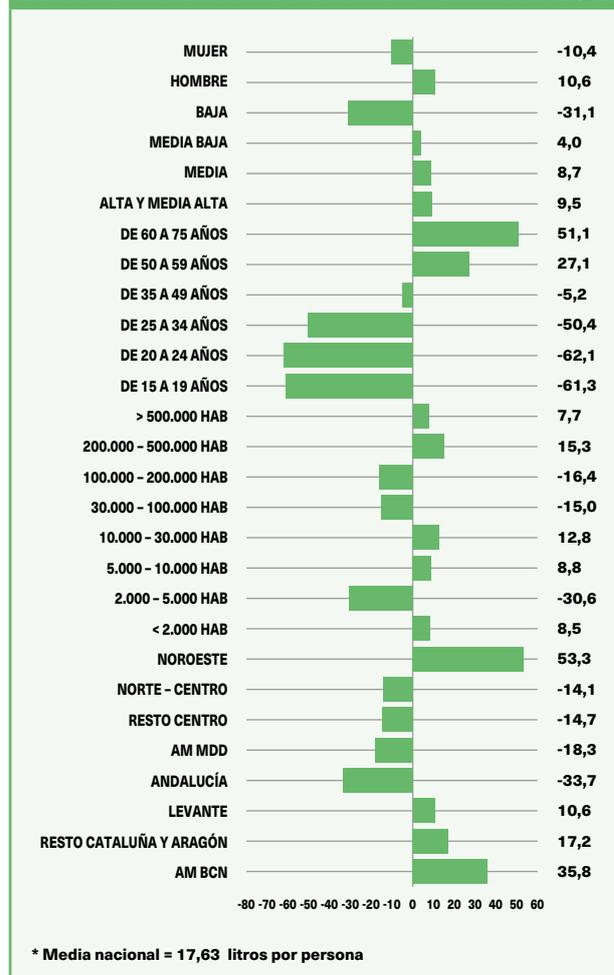


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de agua envasada durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son significativas y se advierte un consumo superior de agua envasada en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de agua envasada fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de agua envasada aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de agua envasada no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 100.000 y 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 100.000 a 200.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en la zona Noroeste, Levante, área metropolitana de Barcelona, Resto Centro y Resto de Cataluña y Aragón, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de, Andalucía, Norte-centro y área metropolitana de Madrid. ■

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



Consumo y gasto en arroz

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de arroz fue de 16,6 millones de kilos, que suponen casi 1 kilo de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en arroz ascienden a

208,0 millones –de forma concreta, 11,9 por persona-. Durante el último año, más de un 50% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado arroz en alguna consumición fuera del hogar.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ARROZ, 2023

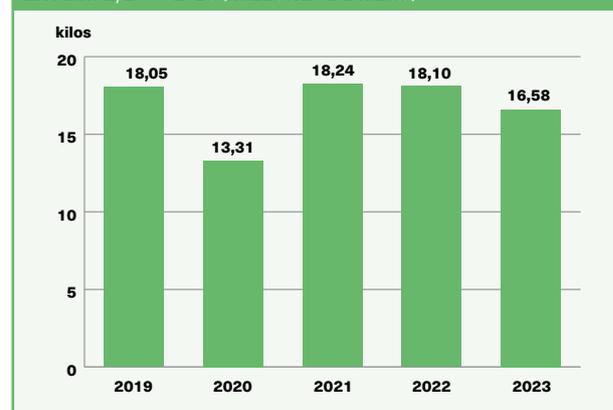
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
ARROZ	16,58	0,95	208,01	11,92	50,04



EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido un ligero descenso en el consumo extradoméstico de arroz motivado.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ARROZ, 2019-2023 (MILLONES DE KILOS)



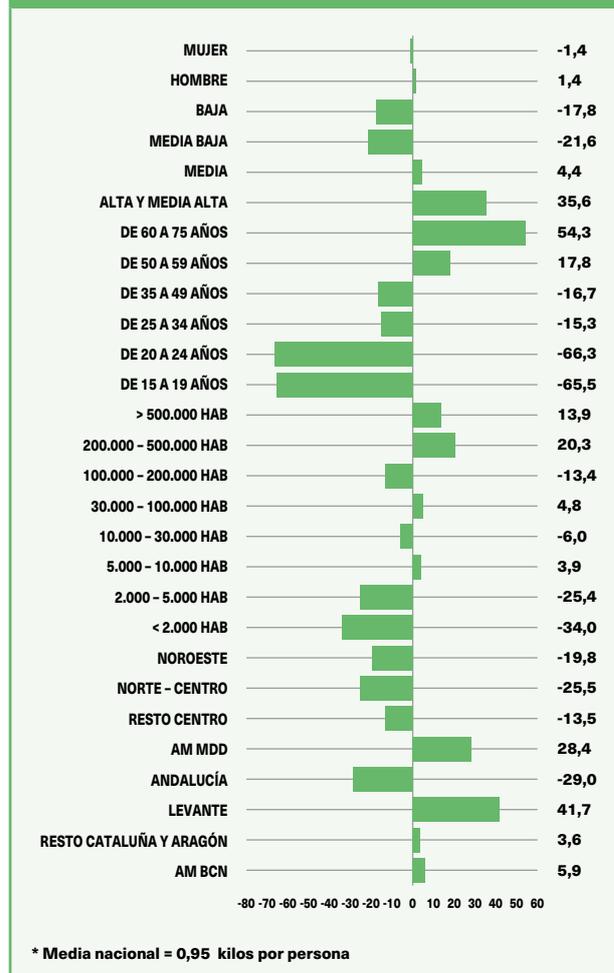


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de arroz durante el año 2023 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 20 a 24 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de arroz no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van produciendo con independencia de la variación del tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 200.000 y 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a pequeños municipios (menores de 2.000 habitantes).
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, Levante y Resto de Cataluña y Aragón, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-Centro, Resto Centro y Andalucía. ■

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



Consumo y gasto en batidos

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de batidos fue de 27,9 millones de litros, que suponen 1,14 litros de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en batidos ascien-

den a 429,6 millones –de forma concreta, 4,3 por persona-. Durante el último año, un 19,8% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado batidos en alguna consumición fuera del hogar.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ARROZ, 2023

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Litros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
ARROZ	27,93	1,14	429,59	4,30	19,76

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido una cierta estabilidad en el consumo extradoméstico de batidos.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BATIDOS, 2019-2023 (MILLONES DE LITROS)



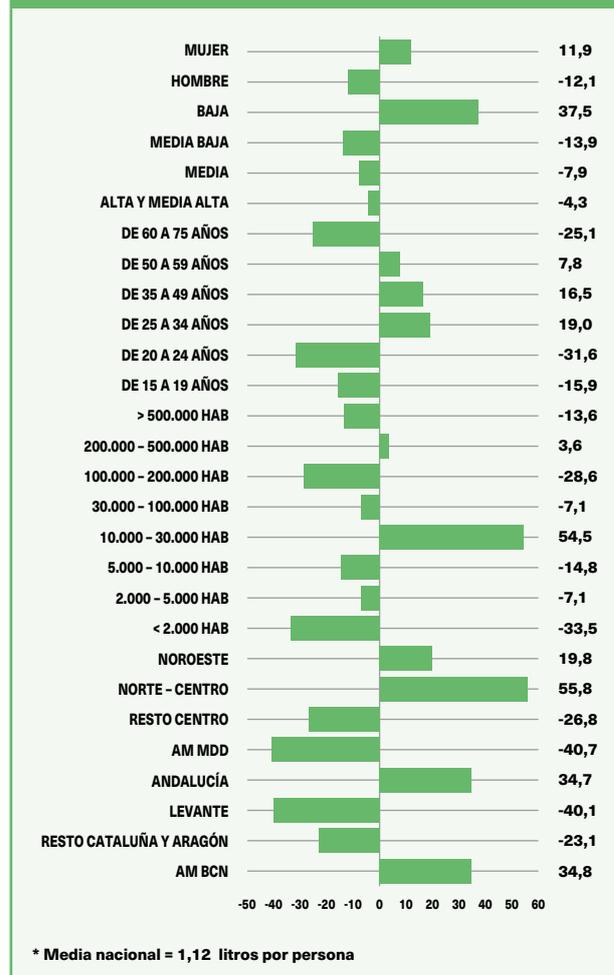


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de batidos durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo notablemente superior de este producto en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase baja tienen un consumo superior de batidos fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de batidos no sigue un patrón concreto. El consumo máximo se localiza en individuos de 25 a 34 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de batidos tampoco ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van alternando a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 10.000 y 30.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a municipios menores a 2.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el área metropolitana de Barcelona, y, especialmente, Andalucía, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en Resto Cataluña y Aragón, área metropolitana de Madrid, Norte-centro y Levante. ■

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



Consumo y gasto en bebidas espirituosas

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de bebidas espirituosas fue de 44,3 millones de litros, que suponen 1,3 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.099,6 millones de euros que suponen 31,5 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de bebidas espirituosas llegan a 271,5 millones –de forma concreta, 17,2 por persona–.

Durante el último año, un 45,3% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado bebidas espirituosas en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extradoméstico de ginebra que supone un 14,2% del consumo total, un 31,3% del valor total y un 22,9% sobre el total de consumiciones realizadas en esta familia de bebidas.

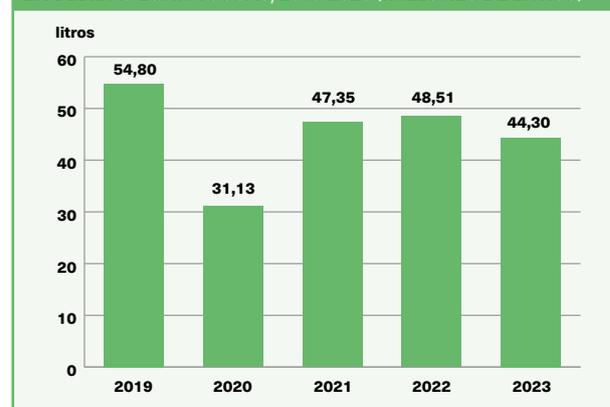
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2023							
	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BEBIDAS ESPIRITUOSAS	44,30	1,27	1.099,58	31,53	271,54	17,17	45,34
WHISKY	3,59	0,10	158,25	4,54	39,16	14,43	7,78
BRANDY	0,24	0,01	11,49	0,33	4,11	6,66	1,77
GINEBRA	6,32	0,18	344,78	9,89	64,26	10,22	18,02
RON	3,19	0,09	154,17	4,42	28,40	7,81	10,42
ANIS	0,27	0,01	6,59	0,19	3,08	4,34	2,03
OTRAS ESPIRITUOSAS	30,70	0,88	424,30	12,17	132,54	10,68	35,57

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido un descenso del -8,7% en el consumo extradoméstico de bebidas espirituosas.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS, 2019-2023 (MILLONES DE LITROS)



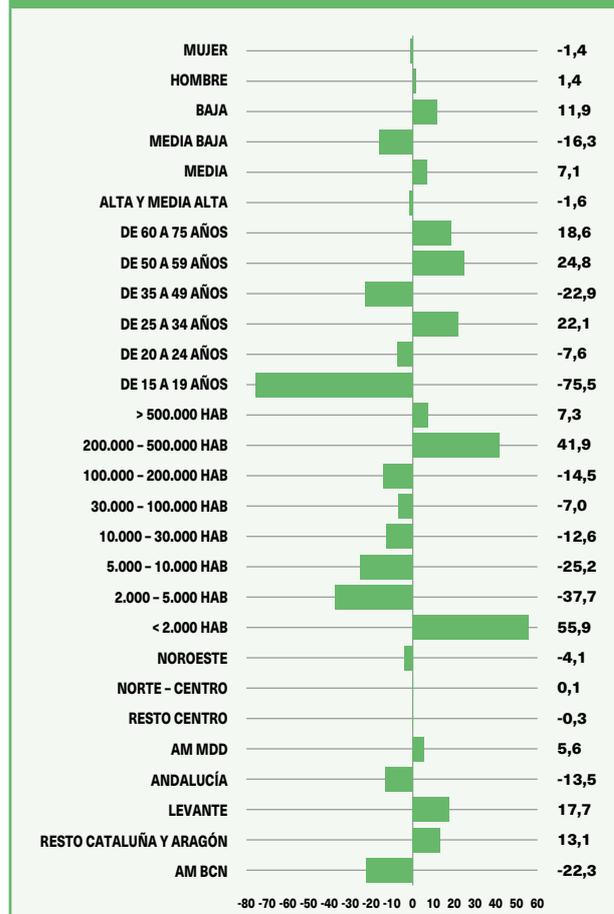


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de bebidas espirituosas durante el año 2023 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 baja tienen un consumo superior de bebidas espirituosas fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de bebidas espirituosas varía sin ningún patrón directamente relacionado con la edad. El nivel máximo de consumo se centra en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de bebidas espirituosas no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica alternándose las desviaciones conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios pequeños (menores de 2.000 habitantes) mientras que la más reducida se asocia con municipios de 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, área metropolitana de Madrid y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en el área metropolitana de Barcelona y Andalucía. ■

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



* Media nacional = 1,27 litros por persona

Consumo y gasto en bollería

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de bollería fue de 51,3 millones de kilos, que suponen 2,5 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en bollería ascienden a

224,1 millones –de forma concreta, 27,7 por persona-. Durante el último año, casi un 59,0% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado bollería en alguna consumición fuera del hogar.

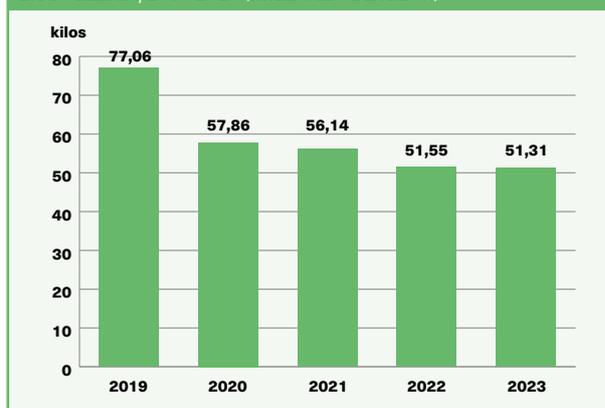
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BOLLERÍA, 2023

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL BOLLERÍA	51,31	2,49	224,06	27,71	58,99
Bollería dulce	49,01	2,43	85,82	27,05	57,72
Bollería salada	2,30	1,86	74,67	5,92	12,35

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido cierta estabilidad en el consumo extradoméstico de bollería, continuando la tendencia de los últimos ejercicios.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN BOLLERÍA, 2019-2023 (MILLONES DE KILOS)



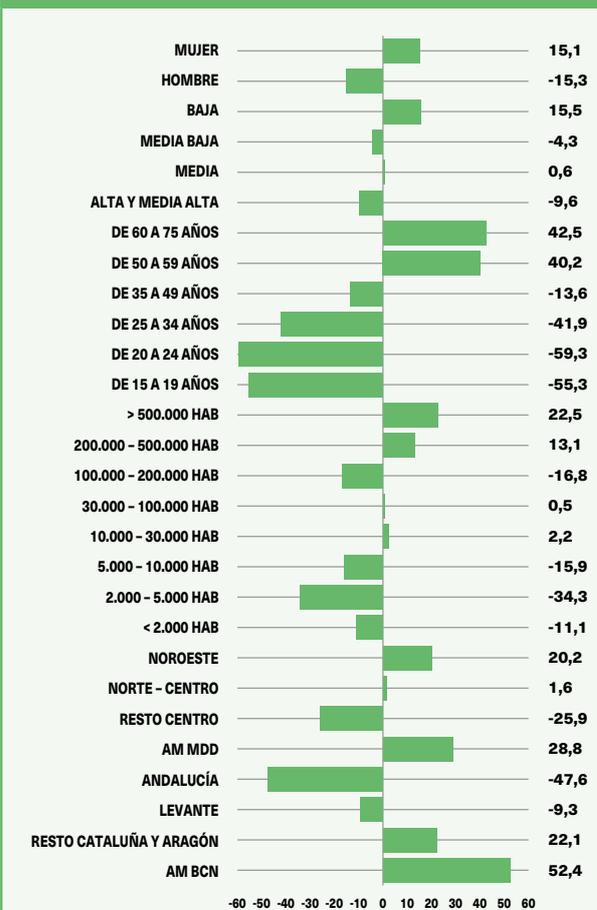


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de bollería durante el año 2023 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 baja tienen un consumo superior de bollería fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clases alta y media alta.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de bollería aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de bollería no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van alternando a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios con más de 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a pequeños municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, Resto Cataluña y Aragón, Norte-centro y Noroeste, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en Andalucía, Levante y Resto Centro. ■

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



* Media nacional = 2,49 kilos por persona

Consumo y gasto en café

Durante el año 2023, el consumo extracomunitario de café fue de 69,7 millones de litros, que suponen 2,0 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.332,1 millones de euros que suponen casi 38,2 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de café llegan a 1.161,3 millones – de forma concreta, 52,8 por persona-. Durante el último año, un 63,1% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado café en alguna consumición fuera del hogar

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CAFÉ, 2023

	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	69,65	2,00	1.332,10	38,19	1.161,26	52,76	63,11

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido una cierta estabilidad en el consumo extracomunitario de café.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CAFÉ, 2019-2023 (MILLONES DE LITROS)



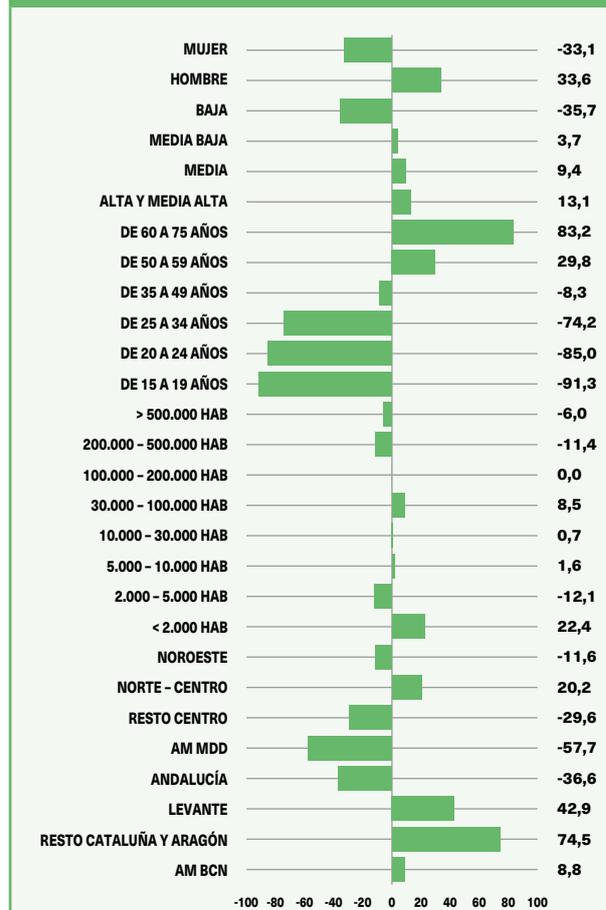


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de café durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

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

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



* Media nacional = 2,00 litros por persona

Consumo y gasto en carne y productos cárnicos

Durante el año 2023, el consumo extracomunitario de carne y productos cárnicos fue de 253,2 millones de kilos, que suponen 8,6 kilos per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en carne y derivados ascienden a 1,552,9 millones –de forma concreta, 52,4 por persona-. Durante el último año, un 84,9% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado carne o productos cárnicos en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo extracomunitario más notable se asocia a la carne fresca (7,9 kilos por persona de consumo me-

dio) y, de manera concreta, al pollo (3,6 kilos per cápita) y a la ternera (3,1 kilos por persona). En términos de consumiciones, la carne fresca concentra el 79,3% y resulta significativa la participación de la carne de pollo (28,6%), ternera (28,5%) y porcino (14,5%).

La carne transformada (1,1 kilos y 20,5 consumiciones por persona) también resultó importante en el consumo extracomunitario durante el año 2023. Destaca, de manera más significativa, las consumiciones de jamón curado (un 21,8% sobre el total de la carne transformada).

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS, 2023

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL CARNE	253,18	8,55	1.552,86	52,44	84,90
CARNE FRESCA	224,06	7,87	1.231,28	43,25	81,63
TERNERA	74,67	3,06	442,63	18,15	69,93
POLLO	85,82	3,63	444,79	18,83	67,74
PORCINO	32,00	1,64	225,60	11,57	55,91
OVINO	7,66	1,39	26,06	4,72	15,82
RESTO CARNE FRESCA	23,90	1,34	151,70	8,49	51,26
CARNE TRANSFORMADA	29,12	1,09	547,32	20,45	76,72
JAMÓN CURADO	6,54	0,40	119,13	7,31	46,70
JAMON CURADO NORMAL	5,14	0,35	90,92	6,14	42,44
JAMON CURADO IBERICO	1,40	0,21	27,49	4,02	19,60
LOMO EMBUCHADO	0,23	0,18	3,11	2,46	3,63
CHORIZO	1,00	0,19	20,20	3,89	14,88
PATES / FOI GRAS	0,15	0,08	5,20	2,73	5,47
RESTO CARNE TRANSFORMADA	21,20	0,85	404,94	16,22	71,59

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido una cierta estabilidad en el consumo extracomunitario de carne y productos cárnicos.

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



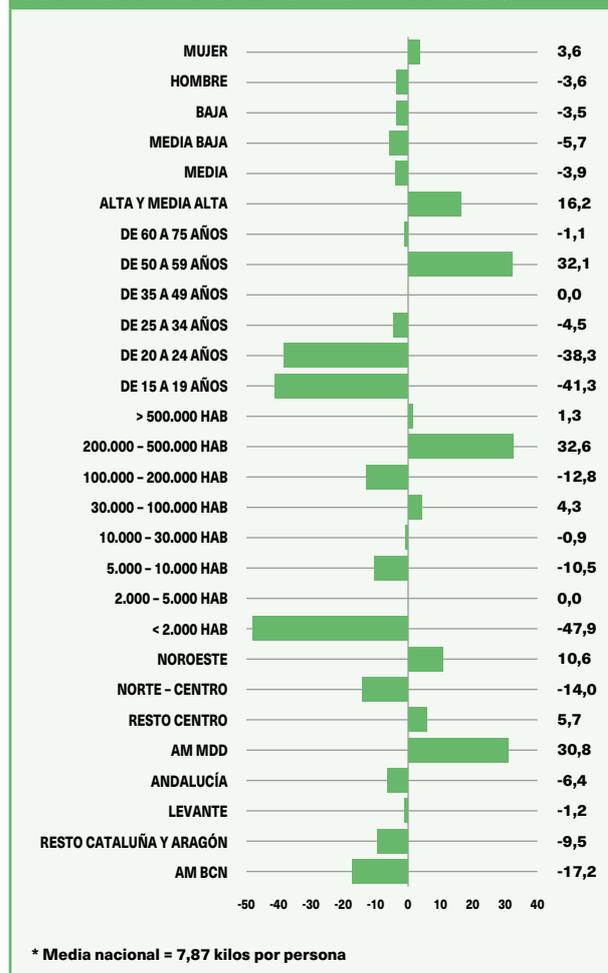


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de carne fresca durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

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

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



Consumo y gasto en cerveza

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de cerveza fue de 739,3 millones de litros, que suponen 21,2 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 3.311,7 millones de euros que suponen casi 95 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de cerveza llegan a 1.860,0 millones –de forma concreta, 74,1 por persona-. Durante el último

año, un 72,0% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado cerveza en alguna consumición fuera del hogar.

Destaca el consumo extradoméstico de cerveza con alcohol que supone un 89,4% del consumo total, un 88,1% del valor total y un 88,1% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CERVEZA, 2023

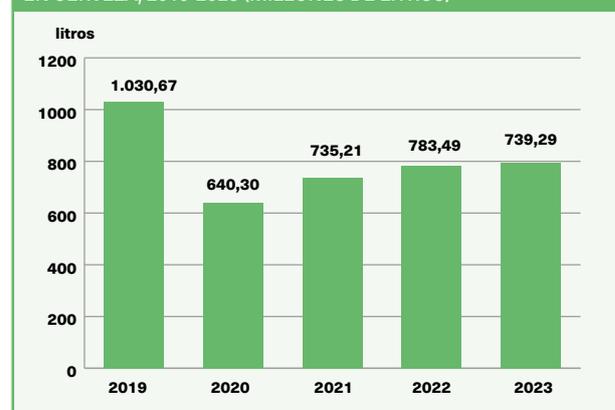
	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO PER CÁPITA (Litros)	VALOR TOTAL (Millones euros)	GASTO PER CÁPITA (Euros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
CERVEZA	739,29	21,20	3.311,71	94,95	1.860,04	74,06	72,01
CON ALCOHOL	661,29	18,96	2.918,36	83,68	1.638,49	67,74	69,36
SIN ALCOHOL	77,27	2,22	390,68	11,20	219,97	18,18	34,70
CERVEZA ENVASADA	302,41	8,67	1.705,38	48,90	933,68	44,25	60,50
CERVEZA SURTIDOR	436,88	12,53	1.606,33	46,06	926,35	42,14	63,03
OTRAS CERVEZAS	0,73	0,02	2,68	0,08	1,57	3,27	1,38



EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido una reducción del -5,6% en el consumo extradoméstico de cerveza.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN CERVEZA, 2019-2023 (MILLONES DE LITROS)





DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de cerveza durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

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

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



* Media nacional = 21,20 litros por persona

Consumo y gasto en derivados lácteos

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de derivados lácteos fue de 82,0 millones de kilos, que suponen 2,9 kilos de consumo medio per cápita al año en esta familia de productos. Las consumiciones en derivados lácteos ascienden a 982,9 millones –de forma concreta, 34,8 por persona-. Durante el último año, un 81,0% 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 (1,7 kilos por persona) y quesos (1,8 kilos per cápita). En términos de consumiciones, los quesos concentran el 66,0% y los postres el 25,8%.

Los yogures (1,1 kilos y 9,6 consumiciones por persona) también fueron importantes en el consumo extradoméstico durante el año 2023.

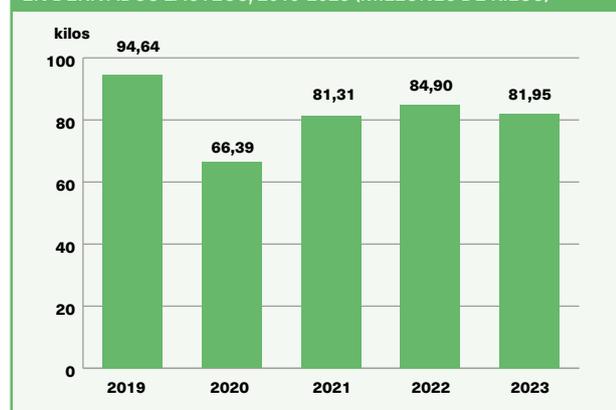
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN DERIVADOS LÁCTEOS, 2023

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL DERIVADOS LÁCTEOS	81,95	2,90	982,85	34,80	80,98
MANTEQUILLA	0,74	0,16	43,49	9,36	13,33
POSTRES	29,40	1,69	254,00	14,61	49,85
YOGURES	4,30	1,09	37,88	9,56	11,36
QUESO	47,51	1,75	648,53	23,91	77,76

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido un ligero retroceso del -3,5% en el consumo extradoméstico de derivados lácteos.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN DERIVADOS LÁCTEOS, 2019-2023 (MILLONES DE KILOS)



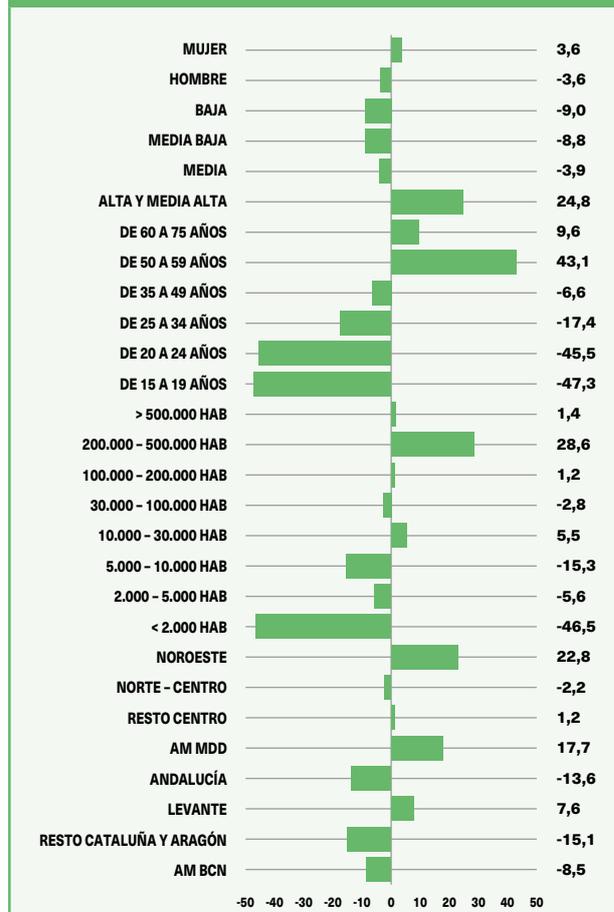


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de derivados lácteos durante el año 2023 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 baja.
- 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 entre 200.000 y 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 el área metropolitana de Madrid, Levante y Norte-centro y Noroeste, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Norte Centro, Andalucía, Resto Cataluña y Aragón y área metropolitana de Barcelona. ■

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



* Media nacional = 2,90 kilos por persona

Consumo y gasto en frutas

Durante el año 2023, el consumo extracomunitario de frutas fue de 16,5 millones de kilos, que suponen 1,6 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en frutas ascienden a 116,5 millones –de forma concreta, 11 por persona-. Durante el último año, un 30,5% 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 (1,8 kilos por persona) y, de

manera concreta, a manzanas (0,9 kilos per cápita) y a naranjas y mandarinas (1,2 kilos por persona). En términos de consumiciones, las frutas frescas concentran el 71,6% y resulta significativa la participación de manzanas (9,5%) y naranjas y mandarinas (13,5%).

La mermelada de frutas (9,7 consumiciones por persona) cuenta con una menor relevancia en el consumo extracomunitario durante el año 2023.

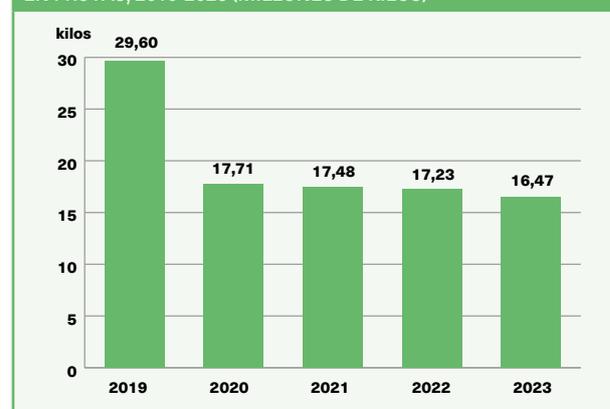
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN FRUTAS, 2023

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL FRUTAS	16,47	1,55	116,49	10,97	30,45
FRUTA FRESCA	15,60	1,79	83,41	9,58	24,97
MANZANA	1,58	0,92	7,91	4,60	4,93
PLATANO	1,71	1,26	11,38	8,43	3,87
NARANJA/MANDARINA	2,26	1,23	11,30	6,14	5,28
MELON/SANDIA	2,30	0,79	9,96	3,42	8,36
FRESA/FRESON	1,12	0,52	5,68	2,64	6,16
PIÑA	1,92	0,56	13,90	4,05	9,83
RESTO FRUTAS	4,71	1,19	23,53	5,96	11,33
MERMELADAS	0,87	0,25	33,07	9,66	9,82

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido una ligera reducción en el consumo frutas, y, por tanto, no se advierten notables variaciones en la demanda de esta familia de productos durante los últimos años.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN FRUTAS, 2019-2023 (MILLONES DE KILOS)



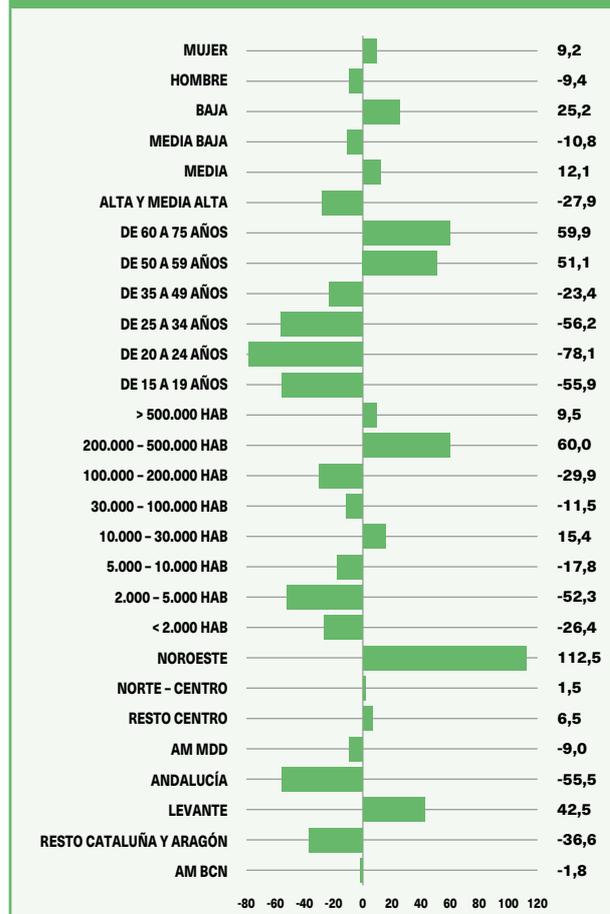


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de frutas durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son escasas y se advierte un consumo ligeramente superior en esta familia de productos para mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de baja tienen un consumo superior de frutas fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase alta y media alta.
- 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 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 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 200.000 y 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio, en la zona Resto centro, Norte-centro y Noroeste, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Resto Cataluña, Norte-centro, Andalucía y en el área metropolitana de Barcelona y de Madrid. ■

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



* Media nacional = 1,55 kilos por persona

Consumo y gasto en helados y granizados

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de helados y granizados fue de 31,8 millones de litros, que suponen 1,6 litros de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en helados y

granizados ascienden a 1.568,7 millones –de forma concreta, 12,9 por persona-. Durante el último año, un 59,0% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado helados y granizados en alguna consumición fuera del hogar.

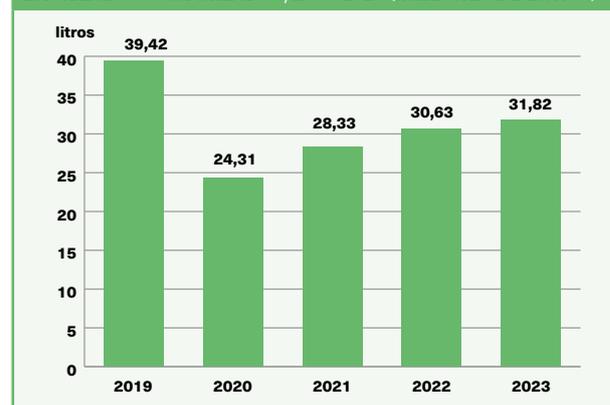
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HELADOS Y GRANIZADOS, 2023

	CONSUMO TOTAL (Millones litros)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Litros)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL HELADOS Y GRANIZADOS	31,82	1,55	1.568,72	12,89	58,99

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido un ligero incremento del 3,9% en el consumo extradoméstico de helados y granizados.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HELADOS Y GRANIZADOS, 2019-2023 (MILLONES DE LITROS)



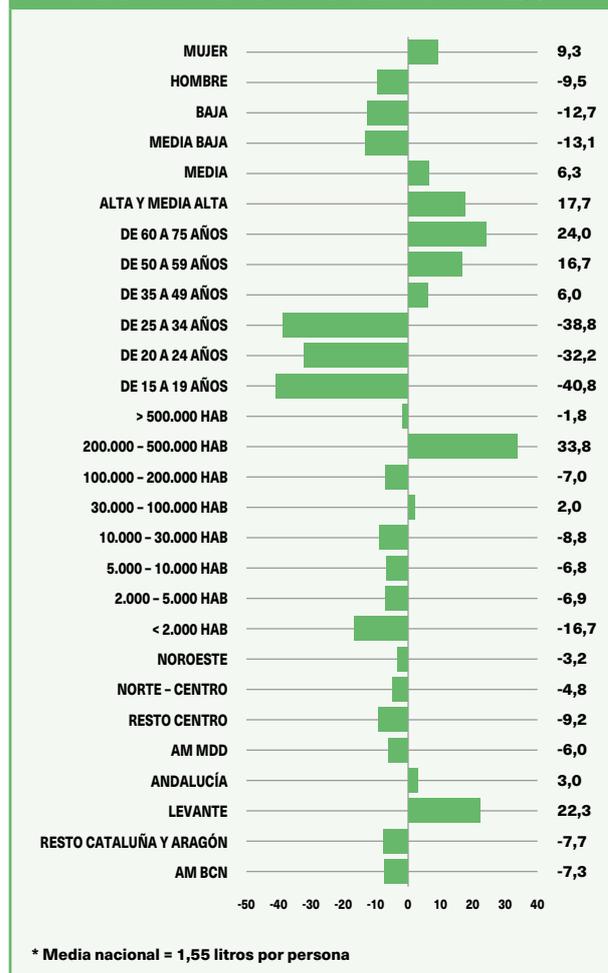


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de helados y granizados durante el año 2023 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 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de helados y granizados no ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van alternando a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 200.000 a 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a municipios de 2.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Andalucía y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas Noroeste, Norte-centro, las áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, y Resto de Cataluña y Aragón. ■

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



Consumo y gasto en hortalizas

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de hortalizas y verduras fue de 431,0 millones de kilos, que suponen 14,8 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en hortalizas y verduras ascienden a 1.541,8 millones –de forma concreta, 53,1 por persona-. Durante el último año, un 83,3% 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 (1,8 kilos por persona), patatas (6,8 kilos per cápita) y tomates (1,6 kilos por persona). En términos de consumiciones, las patatas concentran el 52,1% y también resulta significativa la participación de tomates (23,4%) y lechugas (22,6%).

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HORTALIZAS, 2023

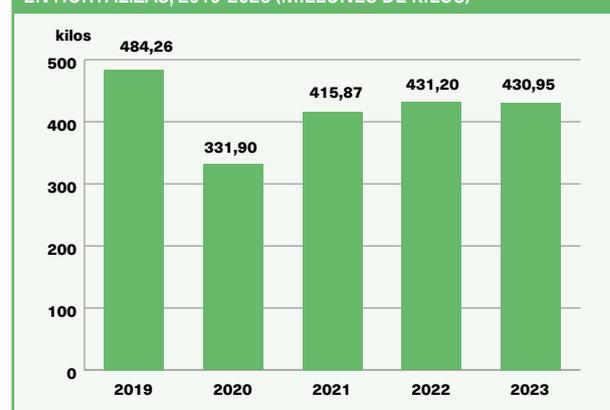
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL HORTALIZAS Y VERDURAS	430,95	14,83	1.541,81	53,07	83,30
TOMATES	35,89	1,60	360,93	16,05	64,48
JUDIAS VERDES	2,93	0,81	11,83	3,28	10,35
PATATAS	182,66	6,81	804,00	29,96	76,95
CEBOLLAS	35,02	1,49	369,76	15,76	67,28
PIMIENTOS	27,68	1,79	145,11	9,37	44,40
LECHUGAS	68,71	3,01	347,88	15,24	65,44
SETAS	18,44	1,18	89,26	5,71	44,82
ESPARRAGOS	2,81	0,56	13,33	2,67	14,31
OTRAS HORTALIZAS	56,80	2,63	278,03	12,89	61,83

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido una estabilidad en el consumo extradoméstico de hortalizas suponiendo una ligera consolidación respecto a los ejercicios anteriores.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN HORTALIZAS, 2019-2023 (MILLONES DE KILOS)



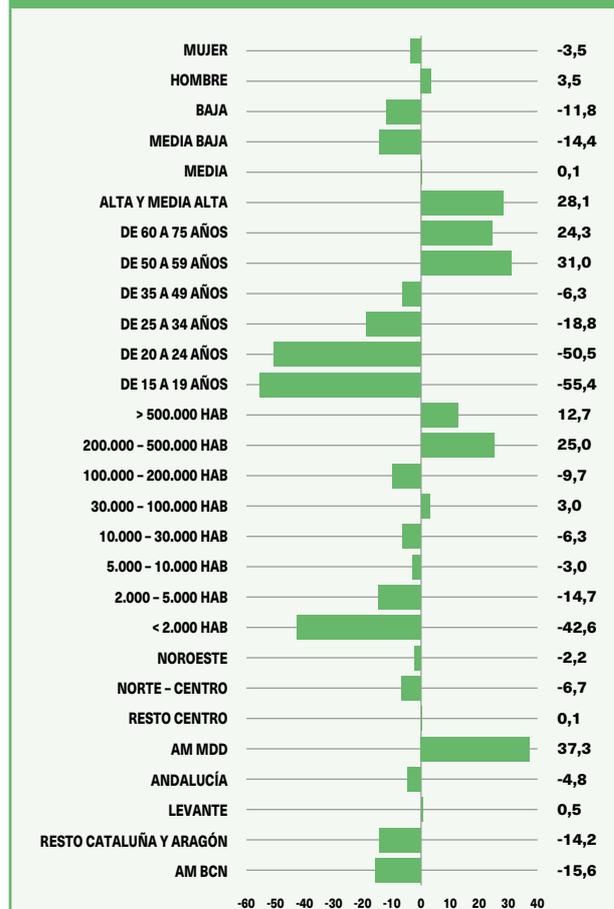


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de hortalizas y verduras durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

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

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



* Media nacional = 14,83 kilos por persona

Consumo y gasto en infusiones

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de infusiones fue de 12,7 millones de litros, que suponen 0,4 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 115,4 millones de euros que suponen 3,3 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de infusiones llegan a 101,5 millones –de forma concreta, 8,9 por persona-. Durante el último año, un 32,6% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado infusiones en alguna consumición fuera del hogar.

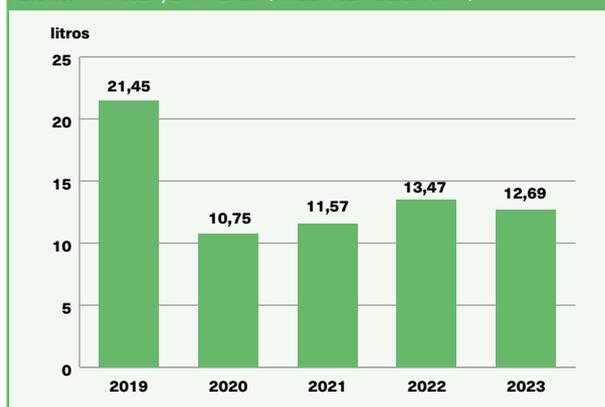
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN INFUSIONES, 2023

	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	12,69	0,36	115,40	3,31	101,53	8,94	32,55

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido una reducción del -5,8% en el consumo extradoméstico de infusiones.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN INFUSIONES, 2019-2023 (MILLONES DE LITROS)



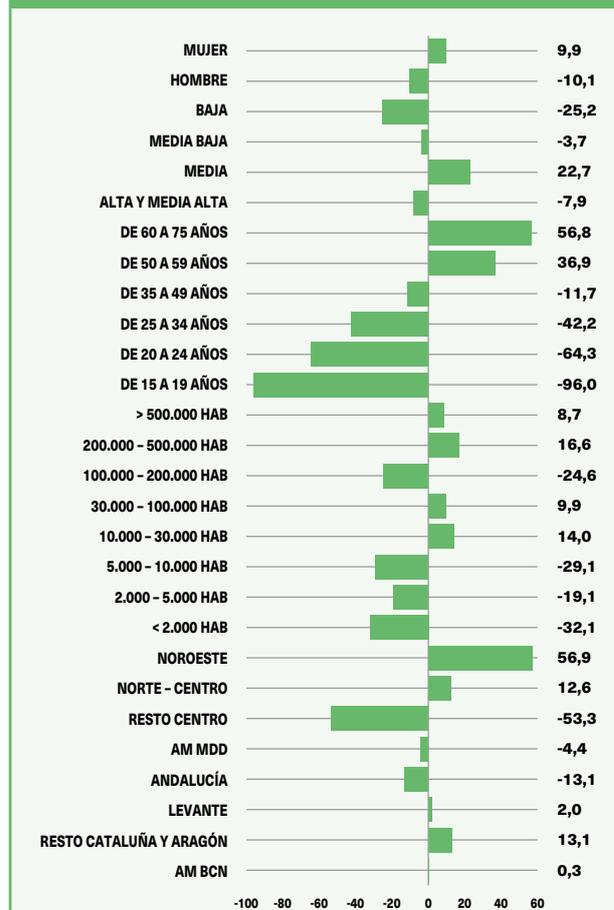


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de infusiones durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

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

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



* Media nacional = 0,36 litros por persona

Consumo y gasto en leche

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de leche fue de 177,2 millones de litros, que suponen 5,1 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.540,9 millones de euros que suponen 44,2 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de leche llegan a 1.386,0 millones –de forma concreta, 57,7 por persona-. Durante el

último año, un 68,9% 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 94,0% del consumo total, un 96,1% del valor total y un 96,2% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

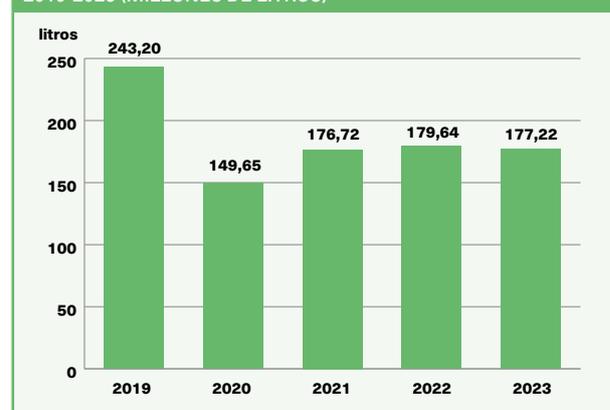
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LECHE, 2023

	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	177,22	5,08	1.540,92	44,18	1.386,04	57,71	68,86
Leche Sola	2,17	0,06	10,61	0,30	10,87	4,81	6,48
Leche Con Cacao	8,40	0,24	49,20	1,41	41,99	7,78	15,48
Leche Con Café	166,65	4,78	1.481,12	42,47	1.333,18	57,43	66,56

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido una ligera reducción del -1,3% en el consumo extradoméstico de leche.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LECHE, 2019-2023 (MILLONES DE LITROS)



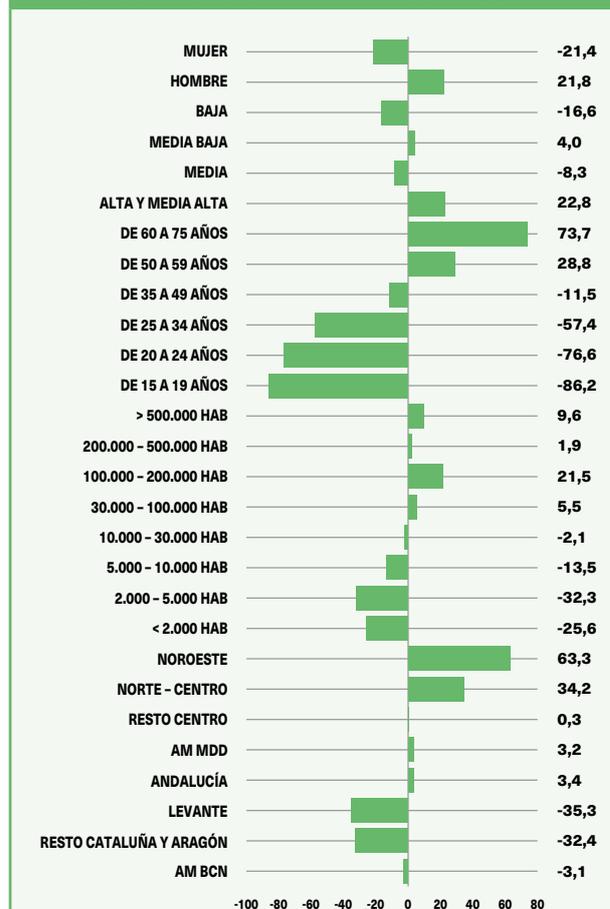


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de leche durante el año 2023 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 a municipios entre 2.000 y 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Noroeste, Norte-centro, área metropolitana de Madrid y Andalucía, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Levante, Resto de Cataluña y Aragón, Resto Centro, y área metropolitana de Barcelona. ■

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



* Media nacional = 5,08 litros por persona

Consumo y gasto en legumbres

Durante el año 2023, el consumo extracomunitario de legumbres fue de 4,9 millones de kilos, que suponen 0,73 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en legumbres

ascienden a 50,0 millones –de forma concreta, 7,4 por persona-. Durante el último año, un 19,3% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado legumbres en alguna consumición fuera del hogar.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LEGUMBRES, 2023

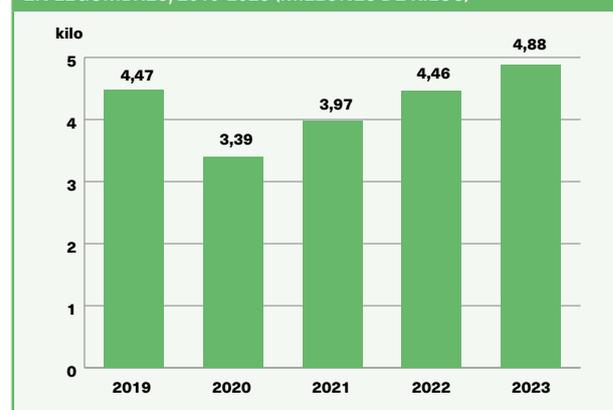
	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL LEGUMBRES	4,88	0,73	50,00	7,44	19,26



EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido un incremento del 9,4% en el consumo extracomunitario de legumbres.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN LEGUMBRES, 2019-2023 (MILLONES DE KILOS)



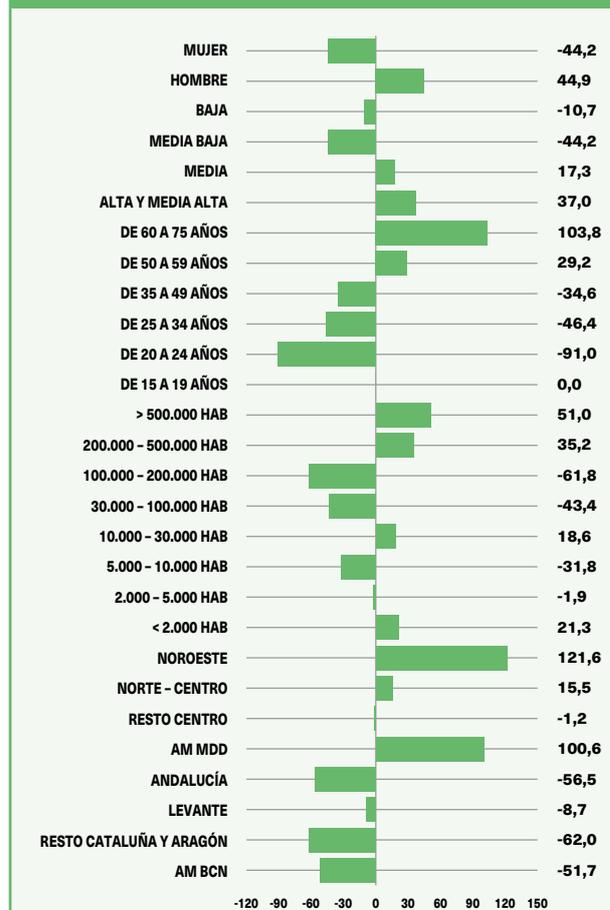


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de legumbres durante el año 2023 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 media 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 20 a 24 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 100.000 y 200.000 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, Resto Cataluña y Aragón, área metropolitana de Barcelona y Levante. ■

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



* Media nacional = 0,73 kilos por persona

Consumo y gasto en pan

Durante el año 2023, el consumo extracomunitario de pan fue de 162,0 millones de kilos, que suponen 5,3 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en pan ascienden a

1.864,1 millones –de forma concreta, 61,3 por persona-. Durante el último año, un 87,2% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado pan en alguna consumición fuera del hogar.

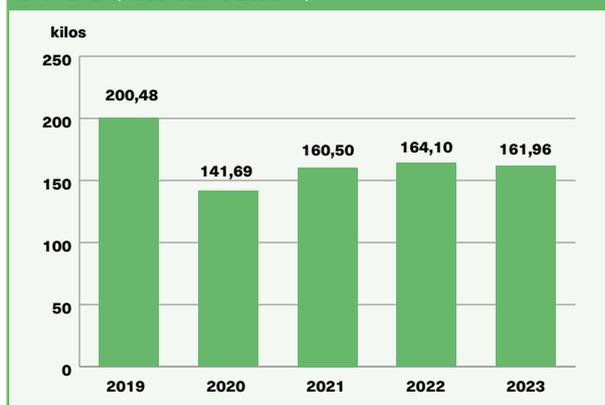
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PAN, 2023

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL PAN	161,96	5,32	1.864,11	61,28	87,22

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido un ligero descenso del -1,3% en el consumo extracomunitario de pan.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PAN, 2019-2023 (MILLONES DE KILOS)



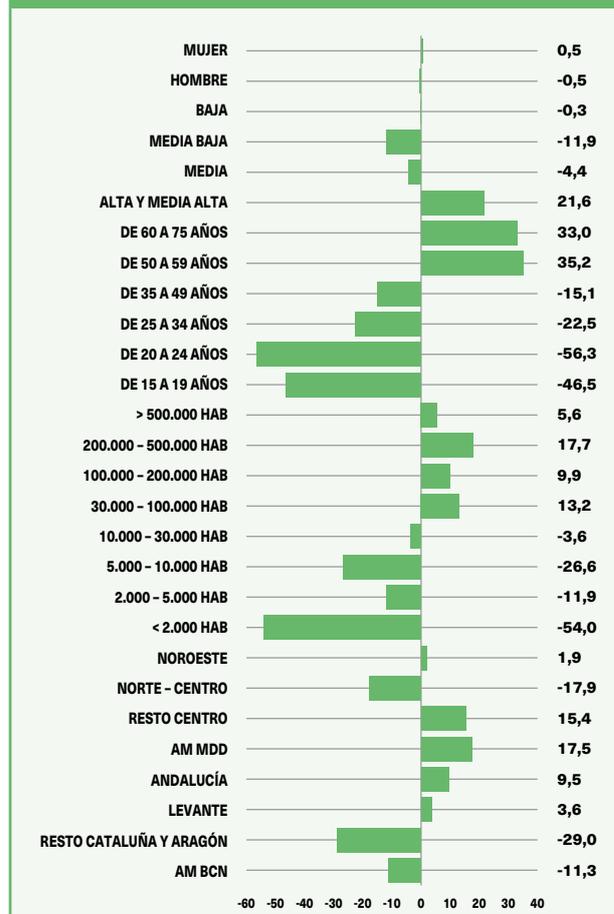


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de pan durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo ligeramente superior en mujeres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de alta y media alta tienen un consumo superior de pan fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de pan aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 50 a 59 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 20 a 24 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de pan ofrece un patrón concluyente para la demanda extradoméstica puesto que las variaciones se van haciendo más favorables a medida que aumenta el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios entre 200.000 y 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia a pequeños municipios (menores de 2.000 habitantes).
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el área metropolitana de Madrid, Andalucía, Levante, Resto Centro y Noroeste, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en Resto de Cataluña y Aragón, la zona Norte-centro, y área metropolitana de Barcelona. ■

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



* Media nacional = 5,32 Kilos por persona

Consumo y gasto en pastas

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de pastas fue de 8,5 millones de kilos, que suponen 0,6 kilos de consumo medio per cápita en este producto al año. Las consumiciones en pastas ascienden

a 97,1 millones –de forma concreta, 6,5 por persona-. Durante el último año, casi un 43% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado pastas en alguna consumición fuera del hogar.

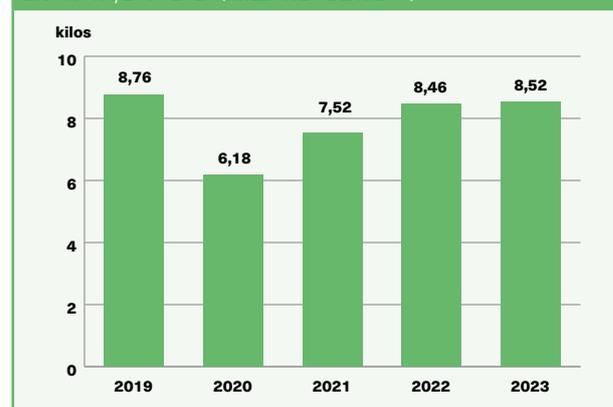
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PASTAS, 2023

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL PASTAS	8,52	0,57	97,10	6,48	42,98

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido una continuidad en el consumo extradoméstico de pastas.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PASTA, 2019-2023 (MILLONES DE KILOS)



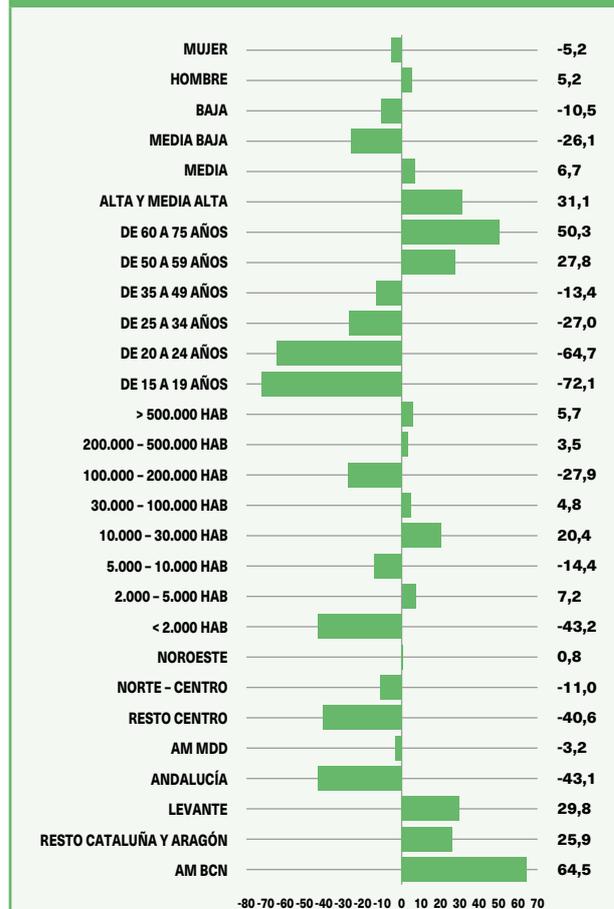


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de pastas durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

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

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



* Media nacional = 0,57 kilos por persona

Consumo y gasto en pescados y mariscos

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de pescados y mariscos fue de 149,8 millones de kilos, que suponen 6,3 kilos de consumo medio per cápita en esta familia de productos al año. Las consumiciones en pescados y mariscos ascienden a 688,8 millones –de forma concreta, 29,0 por persona-. Durante el último año, un 68,1% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado pescados o mariscos en alguna consumición fuera del hogar.

El consumo medio extradoméstico más notable se asocia a los mariscos (4,9 kilos por persona) y, de

manera concreta, a langostinos y gambas (1,8 kilos per cápita) y a calamares (1,4 kilos por persona). En términos de consumiciones, los pescados concentran el 56,6% y resulta significativa la participación de salmón (5,2%) y sardinas (2,9%).

Los mariscos (4,9 kilos y 15,9 consumiciones por persona) fueron importantes en el consumo extradoméstico durante el año 2023. Destaca, de manera más significativa, las consumiciones de calamares (un 40,3% sobre el total de mariscos).

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PESCADOS Y MARISCOS, 2023

	CONSUMO TOTAL (Millones kilos)	CONSUMO MEDIO PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL CONSUMICIONES (Millones)	CONSUMICIONES PER CÁPITA	PENETRACIÓN (% Población 15-75 años)
TOTAL PESCADOS Y MARISCOS	149,76	6,31	688,82	29,02	68,05
PESCADOS	56,95	2,67	390,13	18,27	61,24
MERLUZA/PESCADILLA	2,56	0,57	14,06	3,14	12,85
BOQUERONES	1,91	0,45	14,74	3,48	12,16
SARDINAS	2,00	0,47	20,18	4,78	12,12
RAPE	0,81	0,39	4,21	2,03	5,96
DORADA	1,26	0,56	6,45	2,87	6,45
SALMON	5,79	0,74	36,09	4,63	22,36
ATUN FRESCO	3,68	0,70	22,19	4,21	15,10
RESTO PESCADOS	38,94	1,96	274,33	13,80	57,01
MARISCOS	92,81	4,88	302,06	15,90	54,48
CALAMARES	20,37	1,37	121,75	8,17	42,74
PULPO/SEPIA	20,24	1,64	92,99	7,54	35,35
LANGOSTINOS/GAMBAS	24,31	1,83	114,12	8,61	38,03
OTROS MARISCOS	27,89	2,03	136,86	9,94	39,47

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido una ligera elevación del 2,6% en el consumo extradoméstico de pescados y mariscos.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN PESCADOS Y MARISCOS, 2019-2023 (MILLONES DE KILOS)



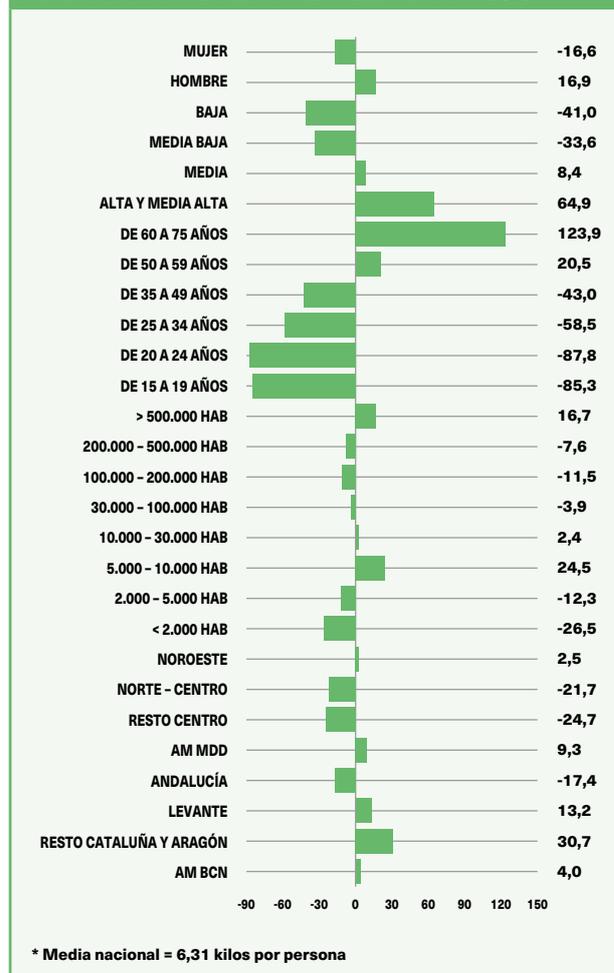


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de pescados y mariscos durante el año 2023 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 20 a 24 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 5.000 a 10.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con pequeños municipios menores de 2.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en las áreas metropolitanas de Barcelona y Madrid, Resto Cataluña y Aragón y Levante, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas 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

Durante el año 2023, el consumo extracomunitario de refrescos fue de 351,1 millones de litros, que suponen 10,1 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.781,3 millones de euros que suponen 51,1 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de refrescos llegan a 1.090,6 millones –de forma concreta, 38,7 por persona-. Durante

el último año, un 80,8% 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 53,1% del consumo total, un 59,8% del valor total y un 60,8% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

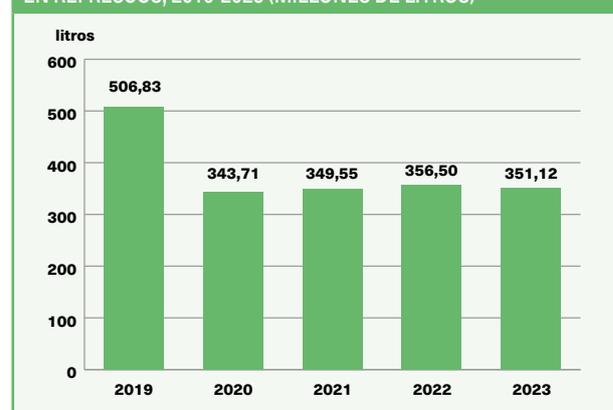
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN REFRESCOS, 2023

	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	351,12	10,07	1.781,27	51,07	1.090,62	38,70	80,81
COLAS	186,30	5,34	1.064,83	30,53	663,25	27,50	69,16
COLA REGULAR	85,21	2,44	520,48	14,92	326,53	18,07	51,81
LIGHT/ZERO	101,09	2,90	544,35	15,61	336,71	20,36	47,42
CON CAFEINA	186,34	5,34	846,08	24,26	527,05	23,92	63,18
SIN CAFEINA	43,12	1,24	186,12	5,34	116,59	12,76	26,19
FRUTAS CON GAS	51,88	1,49	190,58	5,46	126,88	9,58	37,98
FRUTAS SIN GAS	12,37	0,35	50,51	1,45	28,39	4,91	16,57
RESTO	24,00	0,69	145,03	4,16	71,68	7,82	26,29

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido un ligero retroceso del -1,5% en el consumo extracomunitario de refrescos.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN REFRESCOS, 2019-2023 (MILLONES DE LITROS)



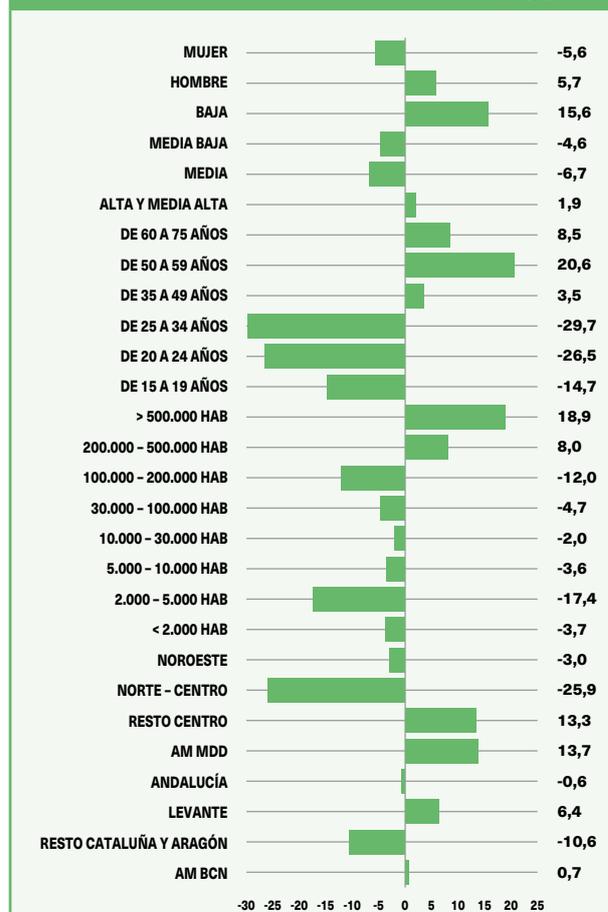


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de refrescos durante el año 2023 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 25 a 34 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de refrescos no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica con desviaciones que se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios mayores de 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 2.000 a 5.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Resto Centro y área metropolitana de Madrid, y Levante mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Norte-centro, Noroeste y Resto de Cataluña y Aragón. ■

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



* Media nacional = 10,07 litros por persona

Consumo y gasto en sidra

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de sidra fue de 21,78 millones de litros, que suponen 0,6 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 84,6 millones de euros que suponen casi 2,5 euros de gasto per cápita.

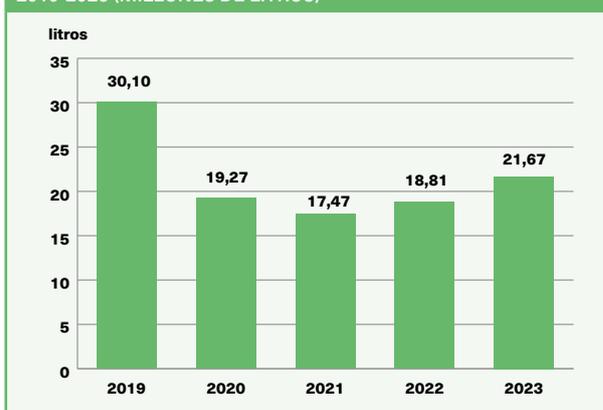
Las consumiciones de sidra llegan a 31,2 millones –de forma concreta, 11,6 por persona-. Durante el último año, un 7,7% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado sidra en alguna consumición fuera del hogar.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN SIDRA, 2023							
	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	21,67	0,62	84,60	2,43	31,23	11,59	7,73

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido un notable incremento del 15,3% en el consumo extradoméstico de sidra.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN SIDRA, 2019-2023 (MILLONES DE LITROS)





DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de sidra durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo son reducidas aunque se advierte un consumo superior de sidra en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de sidra fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase media baja.
- Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de sidra sólo cuenta con desviaciones positivas en los consumidores de mayor edad, es decir, en individuos de 60 a 75 años y en los de 50 a 59 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de sidra no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 200.000 a 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios menores de 2.000 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 = 0,62 litros por persona

Consumo y gasto en vino y derivados

Durante el año 2023, el consumo extracomunitario de vino y derivados fue de 139,0 millones de litros, que suponen 4,0 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.075,5 millones de euros que suponen 30,8 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de vino y derivados llegan a 323,9 millones –de forma concreta, 19,8 por persona-. Duran-

te el último año, un 47,0% 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 36,9% del consumo total, un 40,5% del valor total y un 38,4% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto.

CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN VINO Y DERIVADOS, 2023

	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	139,00	3,99	1.075,53	30,84	323,94	19,75	47,02
VINO	92,94	2,66	809,74	23,22	242,50	18,34	37,91
TINTO	51,34	1,47	435,89	12,50	124,62	12,30	29,06
BLANCO	35,90	1,03	325,99	9,35	103,08	12,09	24,44
ROSADO	4,48	0,13	37,96	1,09	11,12	5,97	5,34
RESTO VINO	1,22	0,04	9,90	0,28	3,67	3,09	3,40
CAVA	3,69	0,11	51,74	1,48	6,23	3,58	4,99
OTRAS BEBIDAS DERIVADAS DEL VINO	42,37	1,21	214,04	6,14	75,20	7,90	27,31
TINTO DE VERANO	30,38	0,87	130,44	3,74	54,54	8,02	19,49
SANGRIA DE VINO	3,28	0,09	9,74	0,28	4,55	2,47	5,28
SANGRIA DE CAVA	2,43	0,07	33,30	0,95	2,77	3,26	2,43
CALIMOCHO	2,31	0,07	16,85	0,48	5,61	7,25	2,22
REBUJITO	0,84	0,02	1,78	0,05	1,03	4,29	0,68
ESPUMOSO / LAMBRUSCO / MOSCATEL	3,14	0,09	21,93	0,63	6,71	3,42	5,62

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido un ligero retroceso del -3,1% en el consumo extracomunitario de vino y derivados.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN VINO Y DERIVADOS, 2019-2023 (MILLONES DE LITROS)



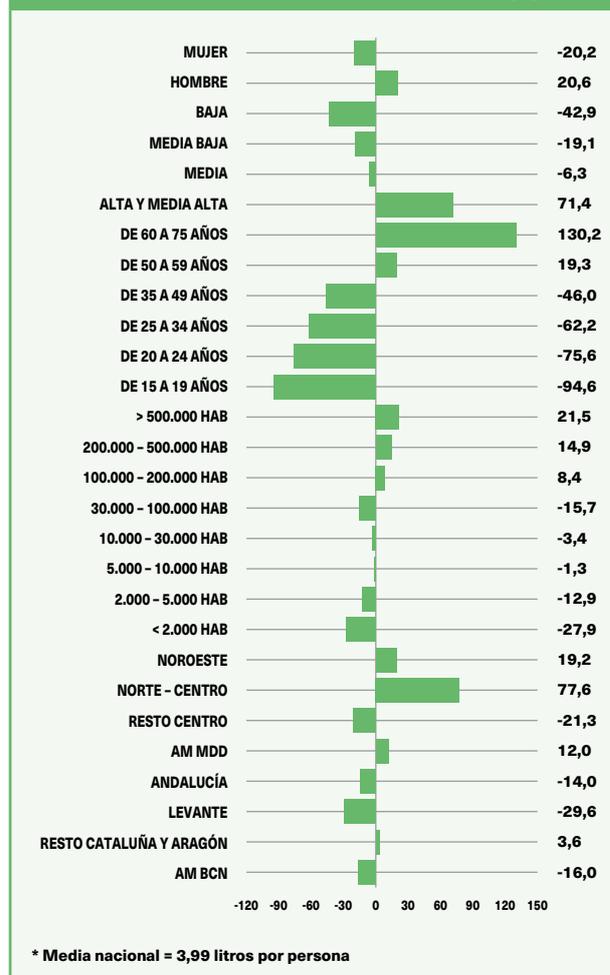


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extracomunitario de vino y derivados durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

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

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



Consumo y gasto en zumo

Durante el año 2023, el consumo extradoméstico de zumo fue de 44,6 millones de litros, que suponen 1,3 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 224,6 millones de euros que suponen 6,4 euros de gasto per cápita.

Las consumiciones de zumo llegan a 130,1 millones – de forma concreta, 9,2 por persona-. Durante el último año, un 40,6% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado zumo en alguna consumición fuera del hogar.

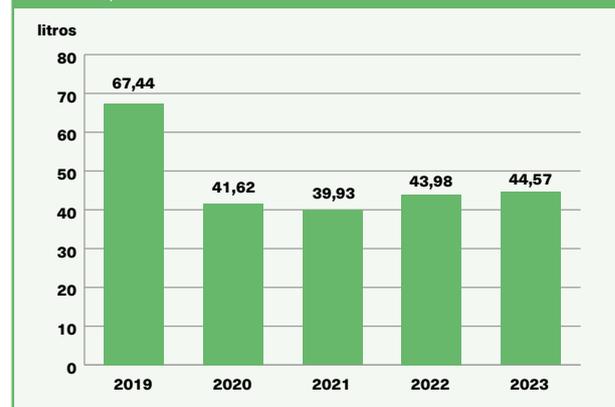
CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ZUMO, 2023

	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	44,57	1,28	224,63	6,44	130,14	9,20	40,58

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante el año 2023, se ha producido un ligero incremento del 1,3% en el consumo extradoméstico de zumo.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EXTRADOMÉSTICO EN ZUMO, 2019-2023 (MILLONES DE LITROS)



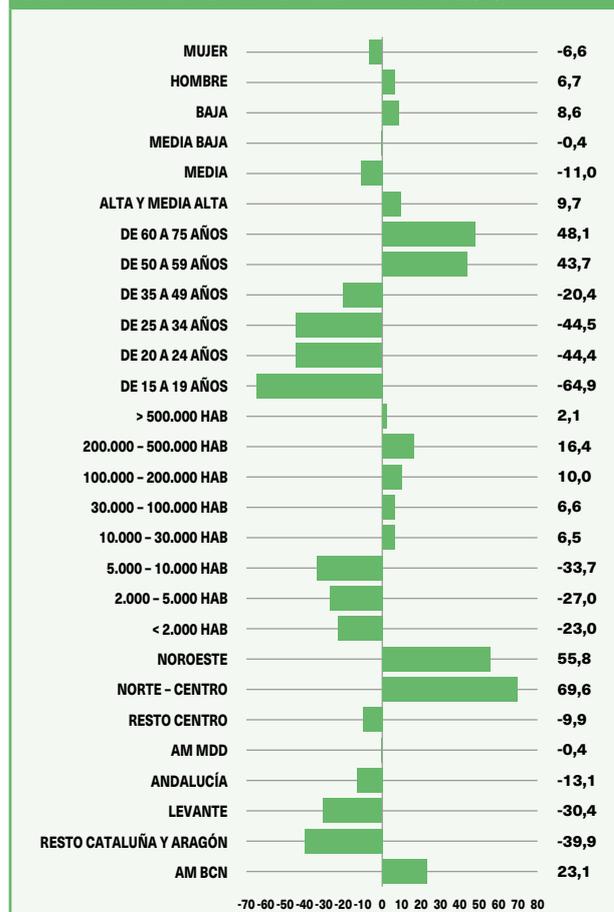


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo extradoméstico de zumo durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Las diferencias por sexo no son notables aunque se advierte un consumo superior de zumo en hombres.
- Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase 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 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años.
- El hábitat de residencia del consumidor de zumo no ofrece un patrón para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan conforme va incrementándose el tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 200.000 a 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de entre 5.000 y 10.000 habitantes.
- Finalmente, por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en Noroeste, Norte-centro, y área metropolitana de Barcelona mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en las zonas de Levante, Andalucía, Resto Cataluña y Aragón y área metropolitana de Madrid.

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



* Media nacional = 1,28 litros por persona

LO QUE BUSCAS ESTÁ EN MERCASALAMANCA

Referente de calidad

  [mercasalamanca.com](https://www.mercasalamanca.com)


MERCASALAMANCA





INFORMACIÓN POR SECTORES

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2024
mercasa

CEREALES



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

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

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

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

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

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

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

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

Por su lado, la cáscara está compuesta principalmente por fibras de celulosa que contienen 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.

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

	2021	2022	2023
MUNDO	780	789,1	785,7
EE.UU	44,8	44,9	49,3
UE	138,1	134,3	129,3
ESPAÑA	8,2	6,2	3,9

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA

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

El cultivo de los cereales 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.

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.

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.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CEREALES (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2021	2022	2023
TRIGO	8.220,1	6.247,0	3.979
CEBADA	8.863,7	6.717,0	3.794
MAÍZ	4.597,7	3.590,3	2.910,5
ARROZ (CÁSCARA)	624,4	354,5	332,7
AVENA	1.147,8	833,9	460,1
CENTENO	303,4	181,5	120,3
TRITICALE	757	610,1	354,7
TOTAL	24.514	18.534,3	11.951,3

FUENTE: MAPA

CEREALES EN ESPAÑA

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 una media de 5,7 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.

A efectos de calcular la renta agraria anual, el Ministerio de Agricultura estimó que en 2023 la producción de cereal se redujo en volumen un 34,8% (en el año anterior se había reducido más de un 24%), mientras que los precios medios bajaron en general un 26,2%.

Por todo ello, el valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria finalmente se redujo un 51,9% con respecto a un año antes, hasta situarse en 3.066,4 millones de euros en términos corrientes.

En España, los cereales supusieron en 2023 el 4,5% del valor de toda la Producción de la Rama Agraria (PRA) a precios básicos y el 8,6% de la Producción de la Rama Vegetal (PRV). En ambos casos, los porcentajes fueron notablemente más bajos que en 2022.

La producción total de cereales en 2023 (trigo, cebada, avena, centeno, triticale, maíz, sorgo, arroz y otros cereales minoritarios) se elevó a algo más de 11,6 millones de toneladas, un 36% menos que el año anterior, cuando la cosecha también fue corta.

Aunque no suele ser lo habitual, la mayor cosecha fue la de trigo (3,9 millones de toneladas), seguida por la de cebada (que es la primera otros años) y maíz. En 2023 todas las cosechas fueron notablemente inferiores a las del año anterior.

España es un país netamente importador de cereales. En la campaña de comercialización 2022/23 (del 1 julio al 30 de junio) se importaron, según los datos del Ministerio de Agricultura, más de 21,4 millones de toneladas de cereales, prácticamente 7 millones más que en la campaña anterior. Las exportaciones de los principales cereales en dicha campaña (no en el año corriente) sumaron 877.300 toneladas, según las mismas fuentes.

Por su lado, en la campaña 2023/24 se importaron 24,2 millones de toneladas y se exportaron 621.000 toneladas.

USOS DE CEREALES EN ESPAÑA

Anualmente, el consumo interno de cereales ronda al año los 36-37 millones de toneladas y dependiendo de la cosecha y de las existencias almacenadas procedentes de la campaña anterior, es necesario importar más o menos grano para abastecer el mercado.

De ese consumo interno, cerca de 28 millones de toneladas van a la alimentación animal, que consume especialmente maíz, cebada y trigo blando. Por su lado, a la alimentación humana se destinan unos 5 millones de toneladas y en este caso, la mayor parte son trigo blando que se destina a la industria panificadora y 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.

Igualmente, 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.

Además de a la alimentación humana y animal, los cereales también se dedican a usos industriales (como, por ejemplo, la producción de bioetanol) y a la preparación de semilleros.

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.

En 2023, el valor generado por estas producciones en la Unión Europea se redujo hasta los 59.081 millones de euros, según datos de la Comisión Europea publicados a efectos de calcular la renta agraria anual. Respecto a la Producción Agraria final, el sector del cereal comunitario supuso el 11%.

La cosecha comunitaria de cereales (sin incluir el arroz) en 2023 se situó en 272,2 millones de toneladas, un 1,1% más que en la campaña anterior, según datos de la Comisión Europea.

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

Casi dos tercios de los cereales de la UE se utilizan para la alimentación animal, y algo más de un tercio para el consumo humano. Sólo el 5% de la producción se utiliza en la elaboración de los llamados biocombustibles.

Por otro lado, alrededor del 15% de la cosecha anual de trigo de la UE se exporta, mientras que grandes cantidades de semillas oleaginosas, alimentos para animales y el arroz se tienen que importar de países

terceros. Un régimen de importación controla la entrada de cereales y de arroz en la UE.

CEREALES EN EL MUNDO

La producción de cereales en el mundo no ha dejado de aumentar en las últimas campañas. La FAO -organismo de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación- estimó que la producción mundial de cereal en la campaña 2023/24 (incluido el arroz) fue de 2.836 millones de toneladas, un 1,2% más que la producción de la campaña anterior.

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

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

	2021	2022	2023
MUNDO	145,1	149,6	142,7
RUSIA	17,5	21,5	20,5
UE	51,8	51,9	53,9
ESPAÑA	8,8	6,7	3,7

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA

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 caballar. Sin embargo, en los últimos años el porcentaje de cebada cervecera se ha ido incrementando y ya representa casi el 94% de toda la cosecha.

En 2023 la producción total de cebada se desplomó por las malas condiciones climáticas y quedó en tan solo 3,794 millones de toneladas, un 44% menos que en 2022. La producción de cebada de 2 carreras fue de 3,57 millones de toneladas (en la campaña precedente se cosecharon más de 6,1 millones y en la anterior se superaron los 8 millones).

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

CC.AA	CEBADA 6 CARRERAS		CEBADA 2 CARRERAS		CEBADA TOTAL	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
ANDALUCÍA	59	32,4	90	69,6	149	102
ARAGÓN	25,7	14,6	1.185,6	783,9	1.211,3	798,5
BALEARES	18,4	18,2	12,3	12,1	30,7	30,3
CANARIAS	0	0	0,13	0,12	0,13	0,12
CANTABRIA	0	0	0,3	0,15	0,3	0,15
CASTILLA-LA MANCHA	312,1	76	1.568,1	670	1.880,2	746
CASTILLA Y LEÓN	111,9	66,5	2.057,9	1.312,1	2.169,8	1.378,6
CATALUÑA	4,3	2	538,4	288,8	542,7	290,8
COMUNIDAD VALENCIANA	1,4	0,5	22,4	8,1	23,8	8,6
EXTREMADURA	2,2	1,5	121,9	36,8	124,1	38,3
GALICIA	0	0	2,1	5,1	2,1	5,1
LA RIOJA	0	0	78,8	51,5	78,8	51,5
MADRID	1,5	0,2	113,9	29	115,4	29,2
MURCIA	33,2	9	24,4	7,1	57,6	16,1
NAVARRA	0	0	260,9	227,6	260,9	227,6
PAÍS VASCO	0	0	63,4	70,7	63,4	70,7
ESPAÑA	570,1	221,1	6.147,1	3.573,2	6.717,2	3.794,3

FUENTE: MAPA

Respecto al comercio, se importaron 3,9 millones de toneladas en la campaña 2023/24, frente a unas exportaciones de sólo 200.000 toneladas, según los datos del Ministerio de Agricultura. Con respecto a la campaña anterior, se dispararon las importaciones (más de 2 millones más) y se redujeron mucho las exportaciones.

CEBADA EN LA UE

Al igual que en España, la producción de cebada en la Unión Europea (UE) también disminuyó en 2023, hasta alcanzar los 47,8 millones de toneladas, cuatro millones de toneladas menos que en la campaña anterior.

De toda la cebada que se produce en la Unión Europea, cerca del 50% correspondió a la producción de cebada de dos carreras. En 2023, el país comunitario con mayor producción fue Francia, con 12,3 millones de toneladas y un aumento de la cosecha con relación al año anterior, seguido de Alemania (11 millones de toneladas).

Por su lado, la producción mundial también disminuyó en 2023 y se situó en cerca de 143 millones de toneladas, según estimaciones de la oficina de Agricultura del gobierno norteamericano. El 35% de la cosecha correspondió a la UE y son también importantes en producción de cebada Rusia y Ucrania.

TRIGO

La cosecha nacional de trigo en 2023 ascendió a 3,9 millones de toneladas (un 37% menos que un año antes), de las que 3,5 millones correspondieron a la producción de trigo blando y el resto a la de duro.

La comunidad con mayor producción fue Castilla y León, con el 43,7% del total, seguida muy de lejos por Aragón, Castilla-La Mancha y Andalucía.

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

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE TRIGO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Miles de toneladas	TRIGO BLANDO		TRIGO DURO		TRIGO TOTAL	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
CC.AA						
ANDALUCÍA	289,8	174,3	445,6	286,6	735,4	460,9
ARAGÓN	530,2	400,3	162,2	116,9	692,4	517,2
ASTURIAS	0,1	0,11	0	0	0,1	0,11
BALEARES	8,6	8,3	0,03	0,03	8,63	8,33
CANARIAS	0,2	0,2	0	0	0,2	0,2
CANTABRIA	1,99	1,5	0	0	1,99	1,5
CASTILLA-LA MANCHA	821,6	389	32,6	18,3	854,2	407,3
CASTILLA Y LEÓN	2.624,3	1.736	5,1	2,6	2.629,4	1.738,6
CATALUÑA	357,8	185,9	0,8	0,2	358,6	186,1
COMUNIDAD VALENCIANA	9,2	3	0,68	0,24	9,88	3,24
EXTREMADURA	229,8	96	13,8	4,3	243,6	100,3
GALICIA	38,7	31,1	0,6	0,5	39,3	31,6
LA RIOJA	130,9	72	0,04	0,04	130,94	72,04
MADRID	72,5	26,7	0,8	0,11	73,3	26,81
MURCIA	24	6,7	0,5	0,16	24,5	6,86
NAVARRA	343,7	309,5	1,3	1,5	345	311
PAÍS VASCO	93,6	106,3	0	0	93,6	106,3
ESPAÑA	5.582	3.547,3	664,4	431,8	62.647	3.979,1

FUENTE: MAPA

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

Respecto al comercio exterior, en la campaña 2023/24 se importaron 8,9 millones de toneladas, entre trigo blando (la mayor parte) y trigo duro, y se exportaron 300.000 toneladas, según datos del Ministerio de Agricultura. Con respecto a la campaña anterior, se mantuvieron las exportaciones y casi se duplicaron las importaciones.

TRIGO EN LA UE

En la Unión Europea, la producción de trigo total (duro y blando) en 2023 fue de 133,5 millones de toneladas, un 0,6% menos que en 2022.

De la producción de trigo total, que representó casi el 49% de la cosecha comunitaria de cereales en 2023, la mayor parte fue trigo blando.

Como en el caso de la cebada, el primer país europeo productor de trigo es Francia, con 36,2 millones de toneladas en 2023, muy por encima del año anterior, seguido de Alemania (21,5 millones de toneladas).

Sin embargo, en trigo duro -que es el cereal que se utiliza para elaborar la pasta- destaca Italia, con 3,6 millones de toneladas en 2023, un volumen muy similar al producido un año antes.

A nivel mundial, la producción de trigo de 2023 ascendió a 786 millones de toneladas.

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 2023 disminuyó hasta los 2,9 millones de toneladas, un 17% menos que en el

año anterior. La comunidad más productora de España es Castilla y León, con el 46% del total cosechado en 2023; seguida de Aragón y Cataluña aunque a mucha distancia.

España importó en la campaña 2023/24 un total de 10,8 millones de toneladas de maíz (300.000 más que en la anterior campaña), mientras que exportó unas 230.000 toneladas.

En torno al 25% del maíz que compra España 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	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	91,6	49,7	46
ARAGÓN	1.286,7	959,5	647,9
ASTURIAS	1,2	1,3	0,9
BALEARES	0,6	0,6	0,5
CANARIAS	1,1	1,1	1
CASTILLA-LA MANCHA	244	214,5	193,7
CASTILLA Y LEÓN	1.631	1.383,4	1.340,9
CATALUÑA	426,6	404,0	141,4
COMUNIDAD VALENCIANA	2,57	4,0	3,6
EXTREMADURA	559,6	229,5	237
GALICIA	95,7	94,3	105,2
LA RIOJA	4,6	4,2	4,5
MADRID	52,1	57,2	53,6
MURCIA	1,16	1,5	1,8
NAVARRA	198,1	184,5	131,6
PAÍS VASCO	0,63	0,5	0,5
ESPAÑA	4.597,6	3.590,3	2.910,5

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE MAÍZ EN EL MUNDO, EN EE.UU, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Millones de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	1.215,9	1.157,5	1.232,6
EE.UU	381,4	346,7	389,6
UE	73,5	53,3	62,97
ESPAÑA	4,5	3,5	2,9

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA

MAÍZ EN LA UE Y EN EL MUNDO

Por su parte, en la Unión Europea se consiguió incrementar la producción de maíz en 2023: un 18 % hasta los 62,9 millones de toneladas.

A nivel comunitario, el principal país con mayor producción de maíz en 2023 fue Francia (12,7 millones de toneladas, un volumen superior al del año anterior), seguido de Rumanía con 12,3 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. En la campaña 2023, según datos del gobierno norteamericano, la producción mundial de maíz fue superior a la de 2022.

Estados Unidos es el principal productor del mundo, con algo más de 389 millones de toneladas cosechadas en 2023, un 12% 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.

ARROZ EN ESPAÑA

A nivel nacional, la producción en 2023 fue de 332.700 toneladas de arroz cáscara, un volumen inferior en un 6% al producido en el año anterior, que también fue malo en producción.

El arroz ha ido perdiendo peso en los campos de muchas regiones, pero todavía se cultiva en Comunidad Valenciana (29% del total en 2023), Cataluña, Extremadura, Aragón, Navarra, Región de Murcia, Castilla-La Mancha, La Rioja y Baleares.

De todo el arroz cultivado en España en 2023, el de variedad japónica (más conocido como arroz redondo), representó el 58% del total, mientras que el tipo indica (arroz largo) supuso el 42% restante. En los últimos años el arroz japónica ha ido perdiendo peso a favor del indica, mientras que los rendimientos por hectárea se han incrementado.

En cuanto al comercio exterior, en 2023 se exportaron 199.038 toneladas de arroz (de todos los tipos), un 26% menos que un año antes (no son datos de campaña, sino del año natural), según datos de Comercio. Por su lado, se importaron 363.880 toneladas, un 12% menos que un año antes.

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%).

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

	2021	2022	2023
MUNDO	513	514,5	513,7
EE.UU	6	5	6,9
CHINA	149	145,9	144,6
UE	1,6	1,23	1,32
ESPAÑA	0,36	0,21	0,2

FUENTES: MAPA, FAO, Eurostat y USDA

La producción de 2023 se situó en 1,32 millones de toneladas (arroz grano), un volumen superior al cosechado un año antes.

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

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

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

Finalmente, a nivel mundial la producción de arroz registró un ligero retroceso en 2023. En total, la producción de arroz en grano ascendió a 513,7 millones de toneladas, según datos del gobierno de Estados Unidos.

China, con cerca de 144,6 millones de toneladas de arroz grano en 2023, un 2% menos que un año antes, volvió a ser el primer país productor del mundo, seguida de India (135,7 millones de toneladas), Indonesia, Bangladés, Vietnam, Tailandia, Filipinas, Brasil, Japón y Estados Unidos, cuya producción se situó en 6,9 millones de toneladas.

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

CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	182	87,70	15,1
ARAGÓN	24,4	17,90	11,7
BALEARES	0,07	0,03	0,03
CASTILLA-LA MANCHA	0,55	0,50	0,4
CATALUÑA	134,4	132,20	108,8
COMUNIDAD VALENCIANA	115,5	90,80	95,7
EXTREMADURA	152,9	12,80	91
MURCIA	1,8	1,90	2
NAVARRA	12,56	10,30	7,8
OTRAS CCAA	0,1	0,03	0,1
ESPAÑA	624,3	354,4	332,7

FUENTE: MAPA

SORGO

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

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

En España, ante la caída de otras producciones cerealistas, en 2023 se incrementó la superficie dedicada al



sorgo y eso se tradujo en una mayor cosecha. En concreto, se produjeron 29.500 toneladas, más del doble que en el año anterior.

Respecto al comercio, en la campaña 2023/24 se importaron unas 100.000 toneladas de este cereal, al tiempo que se exportaron 5.000 toneladas, según los datos del Ministerio de Agricultura.

La UE cuenta también con una pequeña producción de sorgo. En 2023, se llegó a cosechar un total de 850.000 toneladas, 320.000 más que en el año anterior, según los datos de la Comisión Europea.

Por su lado, según los datos del organismo para la agricultura y la alimentación de Naciones Unidas (FAO), la producción mundial de sorgo en 2023 llegó hasta los 64 millones de toneladas, un volumen superior al de la campaña anterior. En esta producción destacó África, con casi el 45% del total mundial, y con países como Nigeria y Etiopía a la cabeza. También sobresale Estados Unidos, que es el principal productor mundial de este cereal.

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 2023 un volumen record histórico de 1,53 millones de toneladas, un 3,2% más que en el año anterior.

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. Así, la producción española de centeno alcanzó en 2023 las 120.300 toneladas, un 34 % menos que en la campaña 2022. Igualmente, la cosecha nacional de avena disminuyó hasta las 460.100 toneladas, un 45% menos.

El triticale es un cereal que en la última década se ha desarrollado mucho España, si bien en el año 2023 el cultivo sufrió un serie revés. Así, la producción nacional quedó en 354.700 toneladas, un 42% por debajo del volumen producido un año antes. La reducción de

la superficie y los efectos de la sequía fueron la causa de estas caídas de cosecha.

CEREALES SECUNDARIOS EN LA UE

En la Unión Europea existen también producciones minoritarias de cereal. La campaña de centeno en la UE se saldó con una producción de casi 7,6 millones de toneladas, por encima de la del año anterior, y la de avena con 5,9 millones de toneladas (1,4 millones de toneladas menos que un año antes).

Por su lado, la producción de triticale se redujo de nuevo en 2023 y quedó en torno a los 11,16 millones de toneladas. Finalmente, la producción comunitaria de otros cereales fue de 2,3 millones de toneladas en 2023, muy por debajo de los 2,7 millones del año precedente.

AÑO INTERNACIONAL DEL MIJO

La Asamblea General de las Naciones Unidas (ONU) declaró 2023 como el Año Internacional del Mijo, por la gran importancia a nivel mundial que tiene este cereal, que por sus características físicas y de desarrollo puede prosperar en tierras áridas con una cantidad de insumos como agua y fertilizantes mínimos, haciéndolo una excelente alternativa para afrontar los estragos generados por el calentamiento global.

Según datos de la FAO, el término “mijo” abarca un grupo diverso de cereales de grano pequeño de tierras secas. El mijo fue una de las primeras plantas domesticadas por el hombre y sigue siendo un cultivo básico tradicional para millones de personas, especialmente en el África subsahariana y Asia. Puede prosperar en suelos pobres, resistir o tolerar numerosas enfermedades y plagas de los cultivos y es resiliente ante condiciones climáticas adversas. El mijo puede ser una alternativa para ayudar a superar la escasez de alimentos en períodos difíciles, contribuyendo así a la seguridad alimentaria y la nutrición de poblaciones vulnerables.

Dentro del cultivo del mijo existen muchas variedades, como por ejemplo el mijo perla, el mijo de cola de zorra, el mijo proso, el mijo japonés, el mijo pequeño, el mijo koda, el mijo marrón, el mijo africano y el mijo de Guinea, entre otros. También se consideran variedades de mijo el fonio blanco, el negro, el cereal denominado “lágrimas de Job”, el tef (que se cultiva en Etiopía) e incluso el sorgo

La diversidad genética del mijo ofrece multitud de oportunidades de desarrollo económico mediante actividades generadoras de ingresos en el sector alimentario. ■

HARINAS

La producción industrial de harinas en 2023 se mantuvo estable, a pesar de la caída de la producción nacional de cereales. Según los datos publicados en la Encuesta Industrial de Productos del INE, la producción española de harina de trigo superó los 3,59 millones de toneladas en 2023, con un valor de 1.700 millones de euros. Además de harinas de trigo, las harineras españolas produjeron en 2023 un total de 81.061 toneladas de harina de otros cereales, por un valor de 57,8 millones de euros.

Asimismo, también hubo una producción minoritaria (19.310 toneladas) de harinas y sémola de legumbres desecadas, boniatos, etc. Además, se produjeron mezclas y pasta para la elaboración de productos de panadería (121.986 toneladas, muy por encima de un año antes).

Aproximadamente el 65% de la harina producida en España se destina a la industria panificadora y el 35% restante a otros sectores, como pastelería y bollería, galletas, alimentos infantiles, pizzas y platos precocinados, etc. La demanda de estas otras industrias es cada vez mayor, mientras que la industria panificadora se mantiene sin cambios.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En 2023 el sector estaba formado por 110 empresa harineras y 8 semoleras. El 85% de estas empresas están integradas en la Asociación de Fabricantes de Harinas y Sémolas de España (AFHS). El sector está integrado en casi su totalidad por pequeñas y medianas empresas de carácter familiar, en segunda, tercera y hasta cuarta generación.

La industria de transformación de trigo en harina y sémola engloba a 98 fábricas. Las fábricas de harina activas son 90, mientras que las industrias semoleras cuentan con 7 instalaciones. Todas cuentan con capital 100% español.

Las comunidades 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 ayu-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HARINAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
NHM Grupo Harinero	700
Harinera Vilafranquina, S.A. *	556,4
Harinera La Meta, S.A	250
Harineras Villamayor, S.A.	120
Harinera Arandina, S.A.	74,2
Harivenasa S.L *	62,1
Harinera del Selgua. S.A (Grupo Regany)	59,2
Agri-Energía, S.A	54
Aragonesa de Harinas, S.A (Grupo Regany)	50
Antonio Cano e Hijos, S.A. *	45,1

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones.

dado a la creación de empleo y a la dinamización de la actividad económica.

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

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

El grupo empresarial más importante del sector (que engloba también la producción de otras actividades) registró en 2023 unas ventas por valor de 700 millones de euros (muy por encima de la cifra del año anterior), mientras que el segundo llegó a los 556 millones de euros y el tercero ronda los 250 millones de euros de facturación.

El resto de las 10 primeras empresas del sector contaban en 2023 con facturaciones que iban de los 120 a los 45 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 2023. En total, harinas de trigo y otros cereales, se importaron 280.291 toneladas, un 2,5% más que el año anterior. Asimismo, también se exportaron 105.917 toneladas,

unas 45.000 menos que en el año anterior, según los datos del Ministerio de Comercio.

Tanto en compras como en ventas destacó la partida de harina de trigo (127.268 toneladas importadas y 85.985 exportadas), así como también la de harina de maíz.

Aproximadamente la mitad del trigo blando que consume la industria harinera española procede de la importación desde países como Francia, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos, principalmente.

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

PAN

Las industrias del pan tuvieron un balance en el año 2023 mejor que en el año anterior, gracias al aumento de la producción y también de la facturación.

La producción nacional de pan fresco es difícil de calcular porque desde el año 2023 el Instituto Nacional de Estadística (INE) no publica el dato en su Encuesta Industrial de Productos. No obstante, se estima que la producción podría rondar los 3 millones de toneladas anuales.

La encuesta del INE ofrece el dato de la producción de pan fresco de molde, que en 2023 llegó a 354.424 toneladas, por un valor de 802,3 millones de euros.

Por su lado, las empresas asociadas en PRODULCE produjeron 354.400 toneladas de pan, un 2,6% más que en el año anterior. La facturación de estas empresas ascendió a 954.500 toneladas, 10,5% más.

Además de pan fresco (de molde o no), también hay una importante producción de pan de larga duración. En 2023, los datos del INE constataron un total de 30.897 toneladas de colines (algo más que en 2022), por un valor de 84 millones de euros; otras 133.921 toneladas de pan tostado o similar (más que un año antes), por un valor de 289,3 millones de euros; así 92.061 toneladas de pan rallado (mucho más que un año antes), por un valor de 104,7 millones de euros y, finalmente, 1.539 toneladas de pan de especias.

La norma de calidad del pan (Real Decreto 308/2019, de 26 de abril) define los diferentes tipos y garantiza al consumidor la adquisición de productos de calidad perfectamente caracterizados y etiquetados. La norma del pan define concretamente 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
VICKY Foods Products. S.L (Dulcesol, etc.). *	629
Cerealto SIRO Foods *	463
Monbake Grupo Empresarial. S.A.U (*)	419,8
Pepsico Foods, A.I.E. *	179
Grefusa, S.L. *	136,7
Anitin Panes Especiales, S.L. *	80
BIMBO S.A	66,7
Panadería Milagros Díaz. S.L	61,9
Pimad, S.A.	57
Brioche Pasquier Recondo, S.L. *	48

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.



PAN DE MASA CONGELADA

En el mercado del pan se están produciendo muchos cambios en la oferta. Así, continúa el ascenso de las ventas de los panes precocidos congelados que, progresivamente, acaparan cuotas cada vez mayores de ventas, en detrimento de otros tipos de presentaciones.

Según los datos de la Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC) la producción nacional de pan de masas congeladas en 2023 alcanzó un volumen de 754.818 toneladas, un 1,2% más que en el año anterior. La facturación de las empresas panificadoras que forman parte de ASEMAC fue de 1.082,4 millones de euros, un 10,1% más.

Además de masa congelada de pan, los asociados de ASEMAC también produjeron en 2023 un total de 218.216 toneladas de masas de pastelería, un 7% más que un año antes.

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

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

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

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

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

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

El primer fabricante y distribuidor de productos de panadería fresca y seca facturó en 2023 por encima de los 629 millones de euros, pero en esta cifra están incluidas las aportaciones de sus negocios de bollería y

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE MASAS CONGELADAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Europastry, S.A. *	1.350
Panamar Bakery Group, S.L	517,7
Grupo Pastisart*	107
Monbake Grupo Empresarial, S.A.U. División Panaderías	90,3
Panificadora de Alcalá (*)	80
Grupo Gourmet Okin	69
CSM Iberia, S.A (Baker & Baker Spain)	47
Grupo Horgrupan	35
Aryzta Bakeries Iberia	29,7
Mondat Baker	24

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones.

pastelería. El segundo grupo facturó 463 millones y el tercero otros 419 millones de euros.

El resto de las diez primeras empresas del sector facturó entre 179 y 48 millones de euros en 2023, cifras superiores a las del año anterior.

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.

En la Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC) participan 29 de las grandes empresas del sector. ■



CONSUMO Y GASTO EN PAN

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 1.279,5 millones de kilos de pan y gastaron 3.365,9 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita se llegó a 27,4 kilos de consumo y 71,9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al pan fresco y congelado (21,4 kilos por persona y año) y, principalmente, al pan fresco normal, con 18,7 kilos per cápita. En tér-

minos de gasto, el pan fresco y congelado concentra el 71,8% del gasto y resulta significativa la participación del pan fresco normal (45,7 euros). Por su parte, el pan industrial representa un consumo en los hogares españoles de 5,9 kilos por persona, y destaca, dentro de esta familia de productos, el pan industrial fresco (4,2 kilos per cápita). En cuanto al gasto, el pan industrial concentra el 28,4% y de nuevo destaca la participación del pan industrial fresco (16,1% del gasto).

CONSUMO Y GASTO EN PAN DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PAN	1.279,5	27,4	3.365,9	71,9
PAN FRESCO Y CONGELADO	1.003,5	21,4	2.411,7	51,6
PAN FRESCO INTEGRAL	127,3	2,7	274,9	5,9
PAN FRESCO NORMAL	876,1	18,7	2.136,7	45,7
PAN INDUSTRIAL	276,1	5,9	954,2	20,4
PAN INDUSTRIAL FRESCO	195,2	4,2	540,6	11,6
PAN INDUSTRIAL INTEGRAL	16,9	0,4	48,5	1,0
PAN INDUSTRIAL NORMAL	149,1	3,2	396,0	8,5
PAN INDUSTRIAL SIN CORTEZA	29,3	0,6	96,1	2,1
PAN INDUSTRIAL ENRIQUECIDO	83,2	1,8	249,3	5,3
PAN INDUSTRIAL SECO	80,8	1,7	413,7	8,8



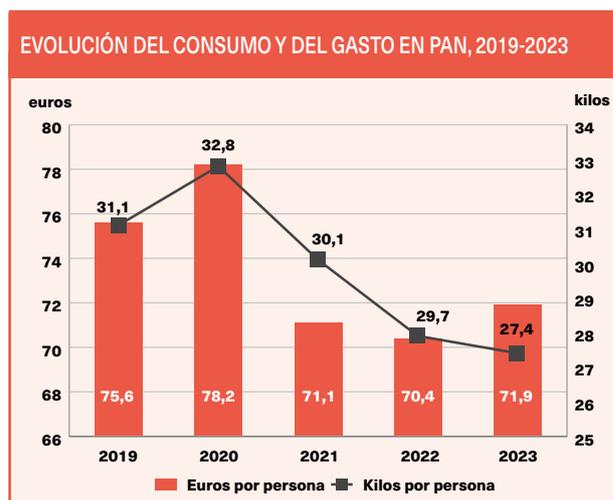
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de pan durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

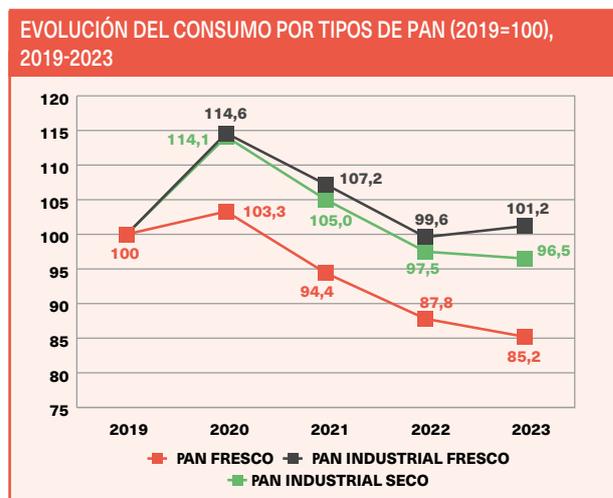
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de pan, mientras que los menores consumos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la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

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

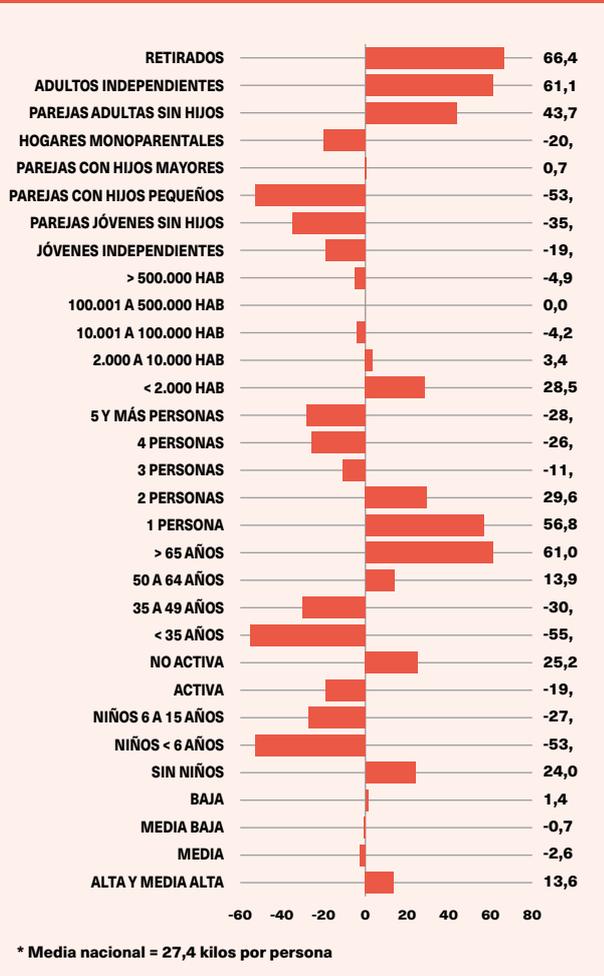
Durante los últimos años, el consumo de pan estaba disminuyendo aunque se advierte un repunte por los efectos del COVID-19 en el año 2020. Sin embargo, en los años posteriores se produce un reajuste a la baja con una minoración del consumo. En el periodo 2019-2023, el consumo y el gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2020 (32,8 kilos y 78,2 euros por consumidor).



En la familia de pan, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido bastante pareja entre los diferentes tipos de producto. Respecto a la demanda de 2019, el consumo de pan fresco y pan industrial seco reflejan descensos, mientras que en el pan industrial fresco hay un ligero repunte.

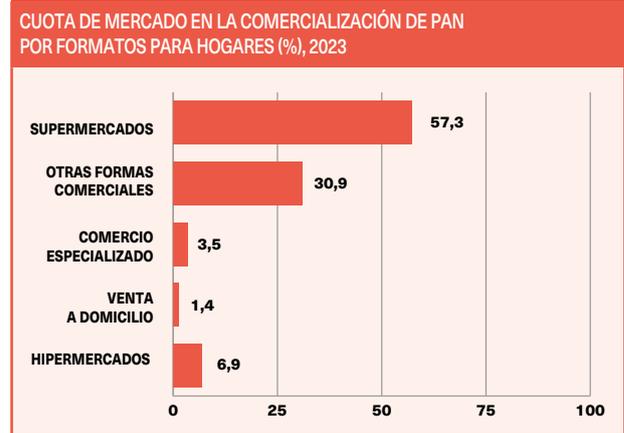


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE PAN EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pan a los supermercados (57,3% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 30,9% y el hipermercado llega al 6,9%. La venta a domicilio de pan supone un 1,4% sobre el total y el resto de canales concentran un 3,5% de la cuota de venta global. ■



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

ANDALUCÍA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

PAN DE ALFACAR *

CANARIAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

GOFIO CANARIO *

CATALUÑA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PA DE PAGÈS CATALÀ *

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA

PAN

CASTILLA-LA MANCHA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PAN DE CRUZ DE CIUDAD REAL *

GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PAN DE CEA *

TARTA DE SANTIAGO *

PRODUCCIÓN INTEGRADA

CEREALES DE INVIERNO

CASTILLA Y LEÓN

MARCAS DE GARANTÍA

HARINA TRADICIONAL ZAMORANA

PAN DE VALLADOLID

LA RIOJA

PAN SOBAO DE LA RIOJA

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

Pan de Cruz de Ciudad Real

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

"Pan de Cruz de Ciudad Real"



Indicación Geográfica Protegida

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

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

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

Pan de Cea

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



pan de cea
indicación geográfica protegida

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

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

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

Pa de Pagès Català

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



indicació geogràfica 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 74 hornos elaboradores y 352 puntos de venta que comercializaron en el 2023 más de 900.000 kg de pan amparado por la IGP Pa de Pagès Català.



Gofio Canario

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

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

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

Escanda Asturiana

(Escanda d'Asturies)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Ampara el cereal en grano de este mismo nombre, producido en el Principado de Asturias, así como la harina obtenida de la molienda y su producto derivado.

CARACTERÍSTICAS: Es un cereal del género Triticum, formado por granos alargados de gran tamaño, envueltos en una vaina (gluma). La harina obtenida de este cereal es fina, esponjosa, de tono grisáceo y poco densa tornándose más oscura al aumentar el porcentaje de salvado. El pan se caracteriza por su corteza lisa, blanda y fina, su sabor y aroma son muy peculiares con un ligero toque a nuez.

DATOS BÁSICOS: Al ser una denominación en tramitación aún no se han registrado datos de producción.



GALLETAS



De acuerdo con la Encuesta Industrial de Productos que publica cada año el Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción de galletas y barquillos alcanzó en 2023 un volumen cercano a las 474.391 toneladas, un 7% menos que un año antes, por un valor de 1.512 millones de euros, un 29% más. Las industrias tuvieron que hacer frente a la subida de precios de las materias primas (azúcar, harinas, etc.).

De la producción total de galletas, el grueso tanto en valor como en volumen fueron los dulces sin cobertura de cacao. Según datos del INE, la producción de estas galletas con cacao volvió a aumentar hasta las 310.428 toneladas (unas 1.500 toneladas más que un año antes), por un valor de 804,7 millones de euros, muy por encima de un año antes.

El grupo de galletas cubiertas con cacao fue el segundo en importancia (158.517 toneladas) y además experimentó un importante crecimiento en volumen

con respecto al año anterior. El valor estimado de esta producción superó los 438 millones de euros, cuando un año antes fue de 376 millones.

El tercer grupo de productos en este sector fue el de barquillos, gofres y obleas de distintos tipos, que sumaron 5.354 toneladas, volumen superior al del año anterior.

La mayor parte de las galleteras de España están asociadas a PRODULCE (Asociación Española del Dulce). Esta asociación estima que el sector creció en 2023 de manera más sostenible, tras los duros años anteriores en los que la invasión de Ucrania acabó perjudicando la producción. El mercado nacional se resintió más que el exterior y por tipos de producto, los que más se consumieron en volumen fueron las galletas de merienda (32%), seguidas de las producciones de desayuno familiar (23%), la del grupo salud (15%), desayuno infantil (12%), adultos (9%), galletas saladas (5%) y surtidos (4%).

El canal principal de comercialización de estas galletas es el de alimentación (93,9%), aunque las ventas en el canal impulso crecieron ese año.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el sector de las galletas conviven grandes empresas internacionales, con muchas pequeñas industrias de carácter familiar, que operan en nichos concretos de mercado o en un ámbito local o regional. Asimismo, a nivel de producto también conviven marcas reconocidas en todo el mundo, con una variada oferta de productos, en ocasiones emblemáticos para los lugares en los que se producen.

Las 15 empresas que forman el comité sectorial de galletas de PRODULCE facturaron 1.702,5 millones de euros en 2023, un 12% más que en el año anterior, según los datos de la asociación.

El grupo más importante del sector registró en 2023 unas ventas de 900 millones de euros, muy por encima del año precedente. El segundo grupo facturó 630 y el tercero 463 millones de euros, pero buena parte no procedió del negocio galletero, sino de otras áreas.

En cuarta posición en cuanto a facturación se situó otro gran grupo con gran tradición galletera, que facturó cerca de 423 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 85 millones de euros a los 12,5 millones.

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

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

COMERCIO EXTERIOR

El sector de la galleta consiguió otro año más muy buenos resultados exteriores en 2023. Así las empresas asociadas a PRODULCE aumentaron sus ex-

portaciones un 19,6% en valor, mientras que en volumen lo hicieron en un 4,5%. Así, las exportaciones alcanzaron un valor de 623,5 millones de euros, para un volumen de 230.000 toneladas.

Mientras, las importaciones de este tipo de productos se redujeron un 2,3% hasta las 95.500 toneladas, por un valor de 327,7 millones de euros, un 14,1% más.

Según los datos de PRODULCE, uno de cada dos kilos de galletas producidas en España se exporta y entre los destinos principales destaca la Unión Europea (UE) con el 73,7% del total en 2023, un 3,5% más que en el año anterior.

Los países que más galletas españolas compraron, atendiendo al gasto que hicieron, fueron Portugal, Francia e Italia. Fuera de la UE, destacaron las ventas al Reino Unido, Estados Unidos y Marruecos. Fuera de la UE, el principal cliente fue Reino Unido.

En cuanto a las importaciones, la UE vendió ese año el 97,5% del total, un porcentaje similar al del año precedente. En este caso, los países que más galletas vendieron a España fueron Alemania, Italia, Francia y Polonia.

El tipo de galleta que más se vendió en volumen fueron las de desayuno familiar, seguidas de las de desayuno infantil y las galletas de merienda

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

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS GALLETAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Mondelez España Grupo *	900
Galletas Gullón, S.A, Grupo	630
Cerealto Siro Foods, S.L*	463
Grupo Adam Foods, S.L (Cuétara, Artiach, etc.)*	422,7
Nutrition & Santé Iberia, S.L (*)	85
Arluy, S.L (*)	49,0
La Flor Burgalesa, S.L	37,7
Dupont Biscuit Ibérica	24
Quely, S.A	15,3
Dicarcono, S.L	12,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones.

PASTELERÍA INDUSTRIAL

La evolución del sector de la pastelería y bollería industrial fue positiva en 2023, gracias al ligero aumento de la producción y de las exportaciones. La Encuesta Anual de Productos, que publica en INE, indica que la producción nacional de este tipo de productos se elevó a 796.156 toneladas, un 2% más que el año anterior. El valor generado por esta producción alcanzó los 3.414,8 millones de euros, un 4% más.

La Asociación Española del Dulce (PRODULCE), también cuenta con una sectorial de pastelería y bollería. Sus empresas produjeron 229.000 toneladas, un 2,8% más que un año antes.

De la producción total de las empresas de PRODULCE, un 73,3% corresponde a pastelería y bollería sin relleno; un 13,6% a las rosquillas; un 10,5% a las magdalenas y el resto, a pastelería con relleno y a los cruasanes. Estos porcentajes hacen referencia al volumen producido, no al valor de los mismos. No obstante, en valor también se mantienen las posiciones.

Dos de los productos que sigue teniendo un comportamiento más dinámico en este mercado son las producciones con menos azúcar y las ecológicas. Además, la mayoría de las empresas está trabajando para desarrollar referencias con menos grasas saturadas, incluyendo en las formulaciones aceite de oliva o de girasol.

En 2023, casi el 72% de la producción de pastelería y bollería industrial se comercializó en el canal alimentación y el resto, en el canal impulso.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PASTELERÍA Y BOLLERÍA	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Vicky Foods Products (*)	629
Bimbo Donuts Iberia, S.A.. *	585
López Food Group *	60
Dulca, S.L	39,9
Codan, S.A. (*)	34,6
Horno de San Juan, S.L	32,4
El Pequeño Molino	23,2
Granja San Francisco, S.L. *	22,2
Ind. Pastelera San Narciso, S.A (INPANASA)	18,9
Grupo Inés Rosales	17
El Quiteriano	11

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023 *Incluye la facturación de otras producciones.

Por su lado, la Asociación española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC) estimó que la producción de masas congeladas para pastelería industrial ascendió a 218.216 toneladas, un 7% más que en el año anterior.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

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.

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 2023 un total de 1.320,9 millones de euros, un 12,3% más que en el año anterior.

Por su lado, las empresas asociadas a ASEMAC en el subsector de masas congeladas para la pastelería facturaron 795,5 millones de euros en 2023, un 18,3% más que un año antes. ASEMAC es una organización profesional que está presente en todas las Comunidades Autónomas.

El ranking de las diez primeras empresas del sector está formado por varias 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 2023 superior a los 629 millones de euros, de los cuales el 79% procedía de la pastelería industrial.

La segunda empresa productora de este tipo de pastelería llegó a 585 millones de facturación, si bien el porcentaje que aporta el sector de la bollería industrial es inferior al de Vicky Foods. Finalmente, la tercera empresa es también un gran grupo alimentario con ramificaciones en otros sectores y facturó 60 millones de euros.

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

COMERCIO EXTERIOR

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

Sin embargo, en 2023 las exportaciones crecieron de nuevo. Como ejemplo, las ventas exteriores de las empresas asociadas a PRODULCE aumentaron un 9,7% en volumen y un 19,6% en valor. Se exportaron 59.100 toneladas, por 175,3 millones de euros.

El grueso de las ventas tiene lugar en el continente europeo (83,8% del total) y como países, los primeros destinos

de las exportaciones fueron Portugal, Francia y Reino Unido. Fuera de Europa, destacaron las ventas a Marruecos.

Por su lado, las importaciones alcanzaron en 2023 un valor de 142,9 millones de euros, con un volumen de 35.400 toneladas. Con relación al año anterior, se produjo una subida del 16,9% en valor y del 13,2% en volumen.

Europa, con la Unión Europea a la cabeza, es el continente que más pastelería y bollería industrial vende a España (casi el 97% del total en 2023), con países como Alemania, Italia y Francia a la cabeza. ■



CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 590,2 millones de kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales, y gastaron 3.553,8 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 12,6 kilos de consumo y 76,0 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la bollería y pastelería (5,5 kilos por persona y año), seguido de las galletas (4,8 kilos per cápita) y de los cereales (1,6 kilos per cápita). En términos de gasto, la bollería y pastelería concentra el 49,9%, con un total de 37,9 euros por persona, las galletas el 30,3% con un total de 23,0 euros por persona, y los cereales, con un porcentaje del 9,3% y 7,1 euros por persona

CONSUMO Y GASTO EN BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	590,2	12,6	3.553,8	76,0
BOLLERIA Y PASTELERIA	257,7	5,5	1.774,9	37,9
BOLLERÍA Y PASTELERÍA ENVASADA	189,9	4,1	1.219,9	26,1
BOLLERIA Y PASTELERÍA A GRANEL	67,8	1,4	555,0	11,9
GALLETAS	226,7	4,8	1.076,5	23,0
GALLETAS ENVASADAS	225,9	4,8	1.070,1	22,9
GALLETAS SALADAS	11,8	0,3	61,8	1,3
GALLETAS DULCES	214,2	4,6	1.008,3	21,6
GALLETAS GRANEL	0,7	0,0	6,4	0,1
CEREALES	73,0	1,6	332,9	7,1
CON FIBRA	25,7	0,5	103,2	2,2
PRODUCTOS NAVIDEÑOS	32,8	0,7	369,5	7,9

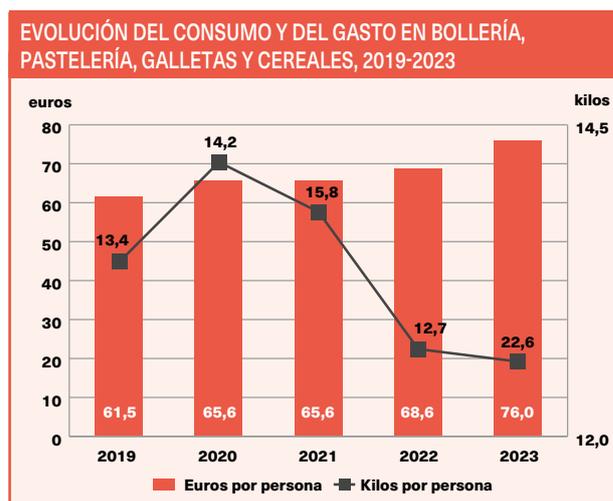
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

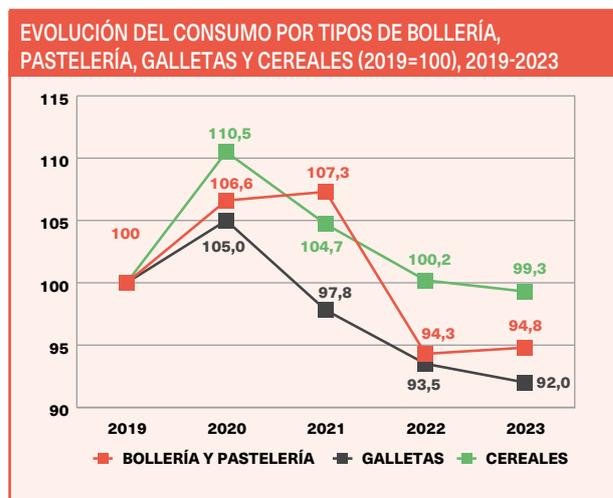
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de bollería, pastelería, galletas y cereales, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares 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 menores de 2.000 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 100.000 y 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, hogares monoparentales y parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, Baleares 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

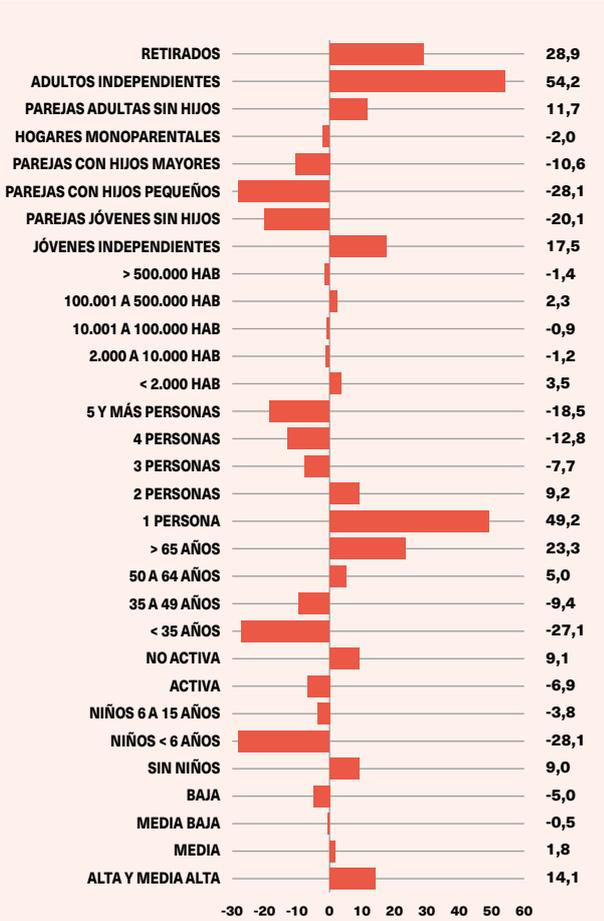
Durante los últimos años, el consumo de bollería, pastelería, galletas y cereales se estaba minorando pero se produce un repunte en el año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 que, sin embargo, se ajusta a la baja en los tres ejercicios siguientes (2021, 2022 y 2023). En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2020, con 14,2 kilos por persona mientras que el gasto más alto se recoge en el año 2023 con 76,0 euros por consumidor.



En la familia de bollería, pastelería, galletas y cereales, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido bastante parecida en todos los tipos de producto. Respecto a la demanda de 2019, el consumo de todas las partidas es inferior.



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

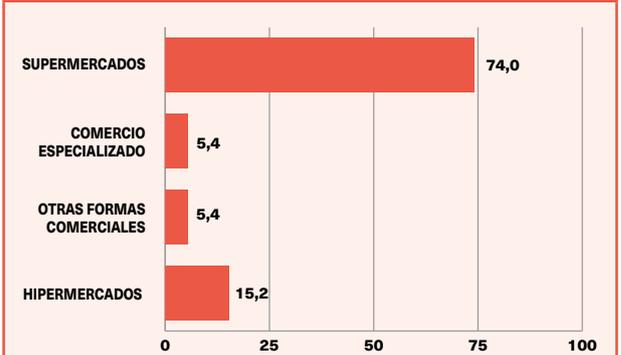


* Media nacional = 12,6 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de bollería, pastelería, galletas y cereales a los supermercados (74,0% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 15,2%, mientras que el establecimiento especializado concentra el 5,4%. Las otras formas comerciales acaparan el 5,4% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



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

ANDALUCÍA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

ALFAJOR DE MEDINA SIDONIA *

MANTECADOS DE ESTEPA *

ARAGÓN

MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

ALMENDRADOS

ALMOJABANAS

CARQUIÑOLES

COC DE FRAGA

FLORENTINA

FRUTAS DE ARAGÓN

GUIRLACHE

MANTECADOS DEL MAESTRAZGO

PASTEL RUJO

PIEDRECICAS DEL CALVARIO

TORTA DE Balsa

TORTAS DE ALMA

TORTAS DE MANTECA FLORENTINA

TRENZA DE ALMUDÉVAR

BALEARES

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ENSAIMADA DE MALLORCA *

CANTABRIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

SOBAO PASIEGO *

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

MANTECADAS DE ASTORGA *

MARCAS DE GARANTÍA

HORNAZO DE SALAMANCA

TORTA ARANDA

CATALUÑA

MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA "Q"

BOMBONES DE CHOCOLATE

GALETES (GALLETAS)



COMUNIDAD VALENCIANA

MARCAS DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

ALAJÚ

PERUSA

TORTA DE GAZPACHO

TORTA DE PENJAR

LA RIOJA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

GALLETAS

* Inscrita en el Registro de la UE



Alfajor de Medina Sidonia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

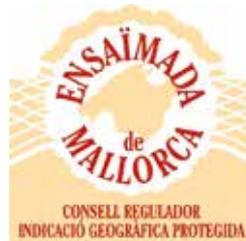
CARACTERÍSTICAS: Se elabora exclusivamente utilizando

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

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

Ensaimada de Mallorca

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

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

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

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

Mantecadas de Astorga

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

y Valderrey. Las primeras referencias de las Mantecadas de Astorga datan del año 1805.

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

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida se encuentran inscritas 5 pastelerías que fabrican Mantecadas de Astorga. La producción anual se sitúa en 325.000 docenas, destinadas en su totalidad al mercado interior.

Sobao Pasiego

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

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

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

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

CEREALES PARA EL DESAYUNO



La producción industrial de cereales para el desayuno no experimentó en 2023 un crecimiento en consonancia con el crecimiento de la demanda.

En la Encuesta Industrial de Productos que publica anualmente el INE se estima que en 2023 se produjeron 24.335 toneladas de cereales tipo “müesli”, un 70% más que en 2022, por un valor de 41 millones de euros (frente a los 17 millones del año anterior).

También se registró ese año la producción de 182.124 toneladas de cereales trabajados (copos, troceados, perlados, etc.), por un valor de 133 millones de euros. El volumen de estos cereales también fue muy superior al del año precedente.

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 orientados para adultos y los sancks.

Según datos de la Asociación Española de Fabricantes de Cereales en Copos o Expandidos (CEREA), los cereales de desayuno tienen principalmente hidratos de carbono complejos que aportan energía al organismo. El contenido en hidratos de carbono simples (azúcar) de los cereales de desayuno es muy variable y depen-

de de los ingredientes que se les añadan: chocolate, frutas, azúcar, miel, etc. Normalmente los cereales infantiles, para conseguir la aceptación de esta población, suelen ser chocolateados, azucarados o con miel por lo que las cantidades de azúcar comparadas con los cereales de desayuno para adultos son un poco mayores.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CEREALES PARA DESAYUNO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Cerealto Siro Foods, S.L.*	463
Hero España, S.A.*	178,2
Kellogg España, S.L.*	160
Artenay Cereales SA (Grupo Delaviuda)*	135,8
Harivenasa S.L *	62,1
Comercial Masoliver, S.A.*	35
Cereal Partners España, A.E.I.E.	31
Emilio Esteban. S.A Emesa	22
Weetabix Ibérica, S.L.	22
Esgir, S.L.	6

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

Los canales preferidos para comprar cereales de desayuno en 2023 fueron los supermercados y los autoservicios, con una cuota que se acerca al 60% del total de las ventas. Asimismo, por regiones destacan por su consumo Cataluña, Baleares, Madrid y Galicia.

En los últimos años, los cereales destinados al público adulto son los más demandados, y acaparan casi el 60% de todas las ventas. A este respecto, el mercado ha experimentado grandes cambios, tanto a nivel nacional como internacional, que van en consonancia con los nuevos gustos del consumidor.

Así, están ganando peso de año en año las presentaciones sin gluten, integrales, sin azúcar, con fibra, etc., pues desde hace años se ha impuesto en las formulaciones la disminución del azúcar y la sal.

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

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Tanto a nivel mundial, como en España, el mercado de los cereales para el desayuno se encuentra en manos de unos pocos grupos, de gran tamaño, con estrategias globales de comercialización.

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.

La organización que representa los intereses de las empresas del sector es CEREAL. Desde su constitución en 1988, esta asociación sectorial ha trabajado para dar a conocer el papel de los cereales en la alimentación y también para fomentar hábitos saludables para el desayuno, como parte de una dieta equilibrada y de un estilo de vida sano. 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 2023 unas ventas totales (que incluyen las aportaciones de otras producciones) superiores a los 463 millones de euros, muy por encima del nivel alcanzado en el año precedente.



El segundo grupo, relacionado con el sector de las mermeladas, llegó a facturar casi 178 millones de euros ese año y el tercero rondó los 160 millones de euros. En estos dos casos, las facturaciones también fueron mayores que un año antes.

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 no llega al 24%. En el caso de los cereales para niños, el peso de la MDD es incluso mayor.

COMERCIO EXTERIOR

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

Como ejemplo, el volumen exportado de granos de cereal trabajados (copos, perlados, troceados, etc.), superó las 177.750 toneladas en 2023, según los datos del Ministerio de Comercio. Mientras, las importaciones quedaron en 157.399 toneladas en el mismo período. Hay que tener en cuenta que no todos estos cereales se destinan a la producción destinada al consumo humano.

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

Por países, la mayor parte de las transacciones se realizaron con la Unión Europea, principalmente con Francia y Alemania. También destacaron algunos países terceros, como es el caso del Reino Unido (que vendió a España “muesli” especialmente). ■

PASTAS ALIMENTICIAS

De acuerdo con los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos 2023, que publica el INE, la producción de pastas alimenticias alcanzó en 2023 las 485.209 toneladas, un 31% más que un año antes. El valor de estas producciones llegó a 538,5 millones de euros.

En este sector se distingue claramente entre la producción de pasta fresca y la de pasta seca.

La pasta seca está muy presente en los hogares y aunque se produjo una mayor presencia de las marcas italianas, las marcas de distribución (MDD) dominaron un año más en la oferta, al igual que en años anteriores.

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

Por su parte, la pasta fresca es aquella que se conserva húmeda después de haber sido amasada, estirada, cortada y cocida (en una primera cocción). Este tipo de pasta se puede consumir tras una ligera cocción. Al igual que en años anteriores, crecieron especialmente las ventas de pasta fresca rellena, que es la más demandada. En este segmento del mercado, la primacía de la marca de distribuidor (MDD) incrementó su cuota de mercado en 2023.

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

La estructura empresarial del sector de las pastas está formada por empresas especializadas (que en algunos casos están vinculadas a sectores afines, como las galletas o las harinas), junto a grupos multinacionales, muchas veces de origen italiano, y algunos especialistas en algunas ofertas muy determinadas.

La empresa más importante del sector de las pastas alimenticias produjo en 2023 cerca de 140.000 toneladas de pasta y facturó unos 463 millones de euros, muy por encima de 2022.

Las siguientes empresas en el ranking también aumentaron su facturación, aunque es difícil saber en

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE PASTAS ALIMENTICIAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Cerealto Siro Foods, S.L *	463
Grupo Pastas Gallo,	265
Oromás, S.A	144,31
P. Alimenticias Romero, S.A	82
Rana Hispania, S.A (*)	50
Barilla España, S.L (*)	22,6
Ebro Foods (Pasta Garofalo) (*)	21
Delisur Europa S.L	8,2
Autentica Tradición de Cecco, S.L	6
THE GB Foods (*)	4,3

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

qué porcentaje, pues su negocio es muy amplio y abarca otros sectores relacionados con la harina y la panificación.

Las marcas de distribución (MDD) tienen una gran importancia en el mercado de la pasta seca. 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 2023 un total de 149.965 toneladas, un 3% menos que en

2022. El grueso de las ventas fueron pastas secas, sin huevo, que sumaron 129.343 toneladas ese año. El resto fueron pasta con huevo y otras pastas.

El principal destino de las exportaciones fue la Unión Europea, 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 2023 fueron Francia, Portugal y Países Bajos. 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 (116.884 toneladas en 2023, un 4% más que un año antes), pero su valor es alto porque predomi-

nantemente se compran partidas de gran 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 58% del valor total en el año 2023. Le siguen países como Francia, Polonia y Alemania. ■



CONSUMO Y GASTO EN PASTAS

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 193,7 millones de kilos de pastas y gastaron 495,4 millones de euros de este producto. En términos per cápita, se llegó a 4,1 kilos de consumo y 10,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la pasta seca (3,7 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 74,5% mientras que la pasta fresca alcanza un 21,7%.

CONSUMO Y GASTO EN PASTAS DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PASTAS	193,7	4,1	495,4	10,6
PASTAS ALIMENTICIAS	190,9	4,1	475,9	10,2
PASTA SECA	174,6	3,7	369,1	7,9
PASTA FRESCA	16,3	0,3	106,8	2,3
PASTAS GRANEL	1,0	0,0	3,2	0,1
PASTAS ENVASADAS	189,8	4,1	472,7	10,1
PASTAS PARA RELLENAR	2,8	0,1	19,5	0,4

CUSCUS

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

Por sus propiedades nutricionales y su textura, el cuscús podría compararse, por ejemplo, con el arroz o la quinoa. Así, cada 100 gramos de cuscús seco aporta 12,68 gramos de proteínas, 69 gramos de hidratos de carbono y 1,05 gramos de grasa saludable. También contiene vitaminas B3, B4, B9 y K.

La producción nacional de cuscús en 2023, según los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el INE, llegó a 78 toneladas, un 8% menos que en 2022, por un valor de 315.000 euros, también un 8% menos.

Con respecto al comercio exterior de este producto, en 2023 se importaron un total de 6.965 toneladas (1.100 menos que en 2022), mientras que las exportaciones fueron de sólo 810 toneladas (60 menos), según los datos del Ministerio de Comercio. ■

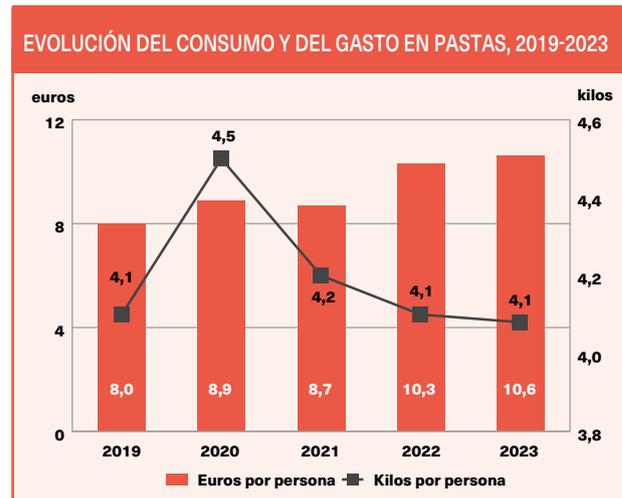
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de pastas durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de pastas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de pastas es superior.
- En los hogares donde compra una persona entre 35 y 49 años, el consumo de pastas es más reducido, mientras que la demanda más elevada se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con una edad inferior a 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de pastas, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los núcleos familiares formados por cinco o más miembros.
- Los consumidores que residen en municipios de menos de 2.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de pastas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos entre 100.000 y 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de jóvenes y adultos independientes, retirados, en los hogares monoparentales y entre las parejas jóvenes sin hijos, mientras que las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y las parejas adultas sin hijos, presentan los consumos más bajos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Baleares y Galicia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Asturias, País Vasco y Navarra.

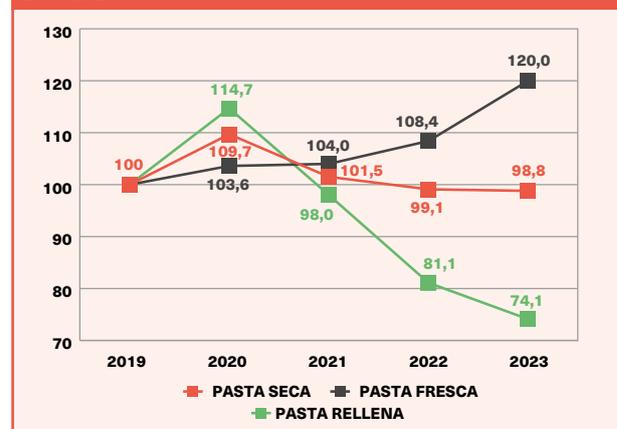
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos años, el consumo se había incrementado lentamente pero en el ejercicio 2020 se produce un elevado repunte motivado por los efectos de la COVID-19. En los años 2021, 2022 y 2023 se está produciendo un ajuste a la baja hacia los niveles previos a la pandemia. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produce en el año 2020 con 4,5 kilos por persona, mientras que el mayor gasto se ha registrado en este ejercicio 2023 (10,6 euros por consumidor).

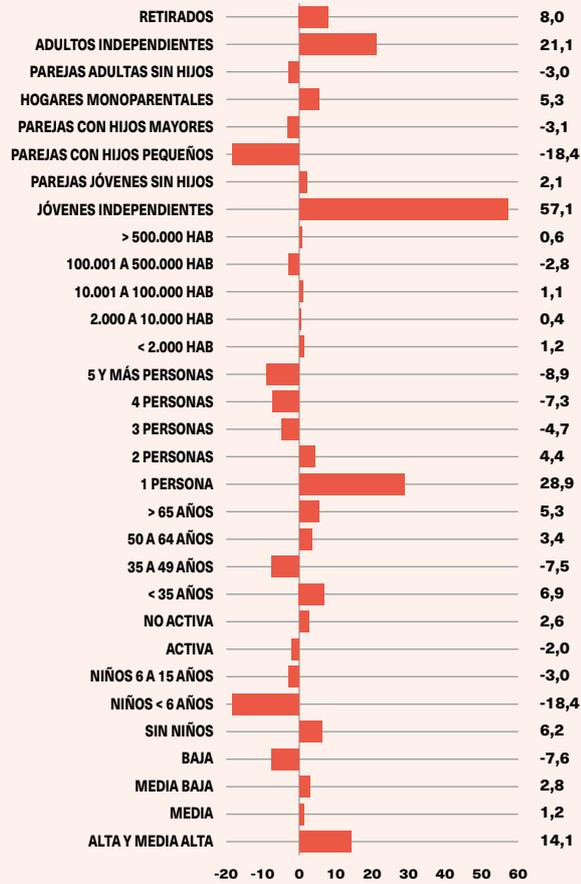


En la familia de pastas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2019, el consumo de la pasta fresca es el único que tiene un volumen superior.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PASTAS (2019=100), 2019-2023



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

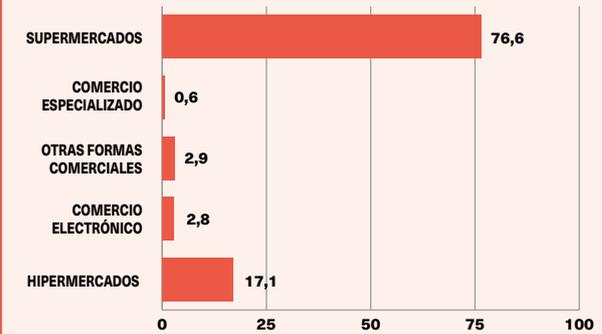


* Media nacional = 4,1 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de pastas a los supermercados (76,6% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 17,1% y los establecimientos especializados llegan al 0,6%. El comercio electrónico con 2,8% y las otras formas comerciales con 2,9% concentran la cuota restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PASTAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



ARROZ

El sector industrial del arroz tuvo un año 2023 muy complicado por la caída de la producción nacional debido a la sequía. La demanda, por su parte, casi no varió, lo que provocó que las empresas se vieran obligadas a incrementar sus compras en el exterior.

Como ya ocurriera en los años anteriores, también aumentó la cuota de mercado de variedades menos tradicionales para adaptarse a los gustos del consumidor, si bien el arroz largo siguió siendo el más demandado.

Según la Encuesta Industrial de Productos, que publica anualmente el INE, la producción industrial de arroz en 2023 se elevó por encima 1,17 millones de toneladas, frente a los más de 1,2 millones del año anterior. Por su lado, el valor de esa producción se estimó en 1.207,6 millones de euros, cifra también superior a la alcanzada un año antes.

El grueso de la producción industrial fue el arroz semiblanqueado o blanqueado, con 930.662 toneladas, unas 55.000 menos que en el año anterior. El resto fue arroz partido (229.595 toneladas, frente a las 166.433 toneladas de un año antes) y arroz descascarillado (11.346 toneladas, 48.000 toneladas por debajo de 2022).

PRINCIPALES ENVASADORES Y COMERCIALIZADORAS DEL SECTOR DE ARROZ

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Herba Ricemills, SL-Ebro Foods*	2443
Maicerías Españolas, S.A.*	395
Arrocerías Pons (Grupo)	118
Coop. Cámara Arrossera del Montsià	55,2
Arroces y Cereales, S.A-Arcesa (*)	50
Nomen Foods, S.L *	39,3
Arrocerías Rovira Ballester S.L	37
Arrozúa S.C.A	20
Arrocerías Antonio Tomás, S. L *	6
Pascual Arandis Martínez, S.A-Pasamar.	1,6

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023 Incluye la facturación de otras producciones

De las ventas totales de arroz en hipermercados y supermercados, el grueso correspondió a la variedad redondo, a pesar de que según la consultora Nielsen se produjo una caída de las ventas del 4,7% en volumen, respecto al año 2022.

Por detrás le siguió el arroz largo (casi el 35% del total), el vaporizado, el basmati, el integral y el bomba. Con respecto al año anterior, aumentaron mucho las ventas de basmati.



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

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

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

El operador más importante del sector obtuvo ese año una producción de 90.000 toneladas, un volumen superior al del año anterior. Esta empresa es líder en envasado de arroz con marca de distribuidor (MDD).

La segunda empresa produjo casi 56.000 toneladas de arroz envasado y aunque tiene su sede en España, también trabaja en otros 25 países y es líder a nivel mundial en el sector del arroz y es también el segundo fabricante mundial de pasta. Finalmente, la tercera empresa del sector envasó en 2023 unas 52.000 toneladas.

Respecto a la facturación, las primeras dos empresas que encabezan el ranking cuentan con aportaciones de otros negocios distintos al arroz. La primera empresa dedicada exclusivamente a este producto, facturó en 2023 un total de 118 millones de euros.

LAS MDD DOMINAN EL MERCADO

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado, pues además consiguen arañar cuota de mercado de año en año. Según los datos de la consultora Nielsen, en libre servicio acapararon en 2023 el 67,3% en volumen y 59,5% en valor. Los porcentajes del año 2022 fueron muy inferiores en ambos casos.

La hegemonía de las MDD hace que existan en el sector empresas especializadas en suministrar arroz para este segmento. El grupo líder en este grupo produjo unas 85.000 toneladas para la marca blanca de un conocido grupo español de distribución alimentaria.

Tras las MDD, el primer grupo industrial tuvo una cuota del 25% en volumen y del 20,8% en valor, en



ambos casos empeorando la posición respecto al año anterior por segundo año consecutivo.

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

COMERCIO EXTERIOR

Las importaciones de arroz van en aumento y la balanza comercial aumenta su saldo negativo. En 2023, según los datos de Comercio, las exportaciones de arroz ascendieron a 199.038 toneladas, un 26,1% menos que en el año anterior, por un valor de 207,4 millones de euros, un 8,3% menos.

Mientras, las importaciones sumaron 363.880 toneladas, un 12,3% menos, por un valor de 261,4 millones de euros (un 0,7% por debajo de un año antes).

Los países a los que más arroz se compró ese año fueron Argentina (19,5%), Myanmar (19,5%) y Uruguay (13,3%), pero también entraron arroces procedentes de Pakistán, Brasil, Portugal, India, Italia, Tailandia y Bulgaria, entre otros.

Respecto a las exportaciones, los tres destinos principales fueron Bélgica (22,8%), Reino Unido (15,9%) y Portugal (14,2%). Los dos últimos aumentaron sus compras, mientras que el primero las redujo. También fueron importantes las ventas a Francia, Estados Unidos, Países Bajos Alemania e Italia. ■

CONSUMO Y GASTO EN ARROZ

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 175,4 millones de kilos de arroz y gastaron 394,5 millones de euros de este producto. En términos per cápita, se llegó a 3,8 kilos de consumo y 8,4 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al arroz normal (1,7 kilos por persona y año), seguido del arroz largo (0,8 kilos por cápita). En términos de gasto, el arroz normal concentra el 32,1% del gasto, con un total de 2,7 euros por persona, seguido por los platos preparados en conserva de arroz, con un porcentaje del 14,3% y un total de 1,2 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN ARROZ DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL ARROZ	175,4	3,8	394,5	8,4
LARGO	38,7	0,8	52,3	1,1
NORMAL	78,9	1,7	126,4	2,7
VAPORIZADO	10,9	0,2	18,1	0,4
PLATO PREPARADO CONSERVA ARROZ	9,3	0,2	56,5	1,2
PLATO PREPARADO CONGELADO ARROZ	15,7	0,3	53,4	1,1
RESTO DE PLATOS PREPARADOS CON ARROZ	0,2	0,0	2,5	0,1
OTROS TIPOS ARROZ	21,6	0,5	85,3	1,8



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

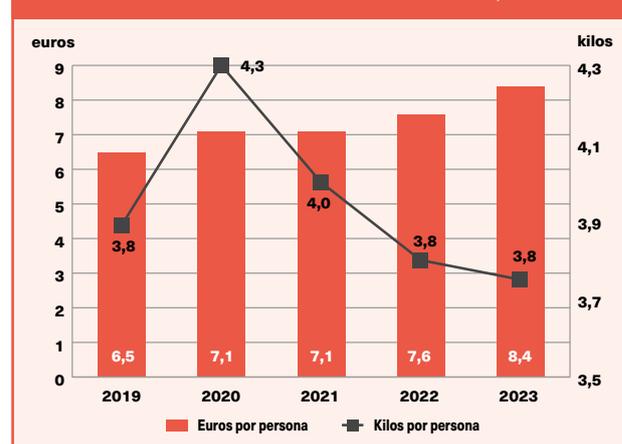
En términos per cápita, el consumo de arroz durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de arroz, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños entre 6 y 15 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, jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos se registran entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos y parejas con hijos mayores.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Comunidad Valenciana, Región de Murcia y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a País Vasco, Navarra y Castilla y León.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

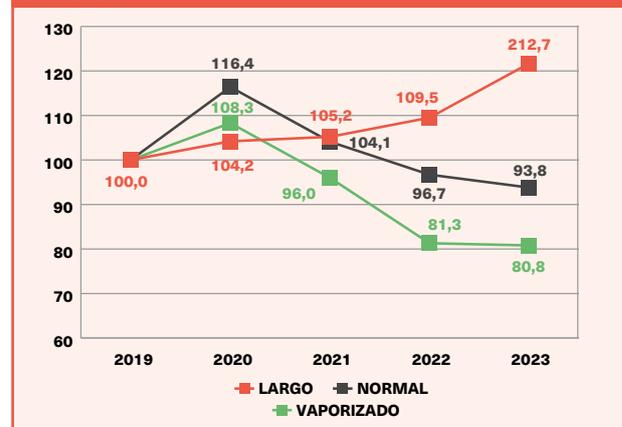
Durante los últimos cinco años, el consumo de arroz se ha mantenido relativamente estable, aunque con el notable incremento del año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19, los últimos ejercicios están sirviendo para ajustar esa demanda excesiva. Mientras, el gasto ha aumentado 1,9 euros por persona. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (4,3 kilos), mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el último ejercicio 2023 (8,4 euros por consumidor).

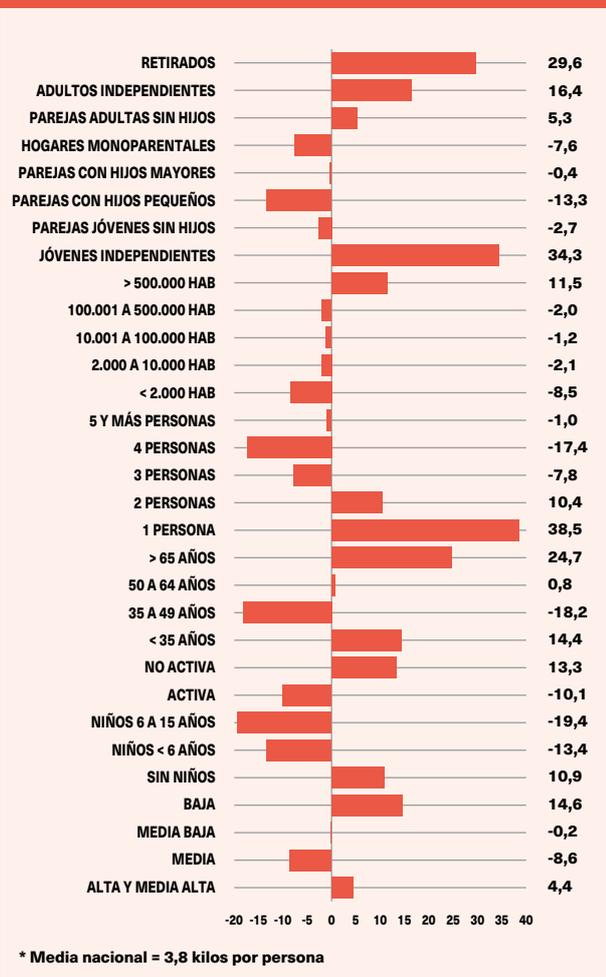
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ARROZ, 2019-2023



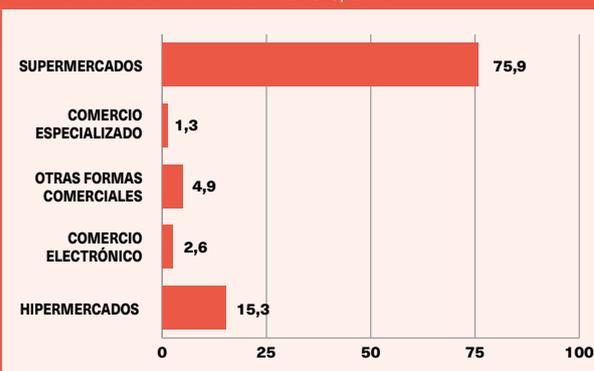
En la familia de arroz, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque coinciden en el ascenso del año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19. En el año 2023, el arroz largo se incrementa mientras que, por el contrario, desciende la demanda de arroz normal y arroz vaporizado. Respecto a la demanda de 2019, el consumo de arroz largo experimenta un crecimiento, mientras que el arroz vaporizado y el arroz normal están en descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ARROZ (2019=100), 2019-2023



**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 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de arroz a los supermercados (75,9% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 15,3% y los establecimientos especializados llegan al 1,3%. El comercio electrónico tiene una cuota del 2,6% mientras que las otras formas comerciales concentran un 4,9% de la cuota de venta global. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ARROZ
POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023**

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 explotaciones próximas al Ebro. Las variedades son Bahía, Tebre, Gleva, Fonsa, Bomba, Montsianell, JSendra, Guara y Ole-sa. Puede ser arroz blanco o integral. La única categoría comercial autorizada para el Arroz blanco es la Extra.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita en el Consejo es de unas 10.000 hectáreas. Actualmente existen 2 empresas comercializadoras que certificaron unos 3 millones de kilos de arroz con DOP durante el 2023.

Calasparra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito territorial incluye los municipios de Calasparra y Moratalla, en Murcia, y Hellín, en Albacete. La superficie inscrita en el Consejo Regulador asciende a poco más de 1.000 hectáreas aunque cada año se siembran entre 550 y 600. Cultivándose únicamente las variedades Bomba y Balilla x Sollana.

CARACTERÍSTICAS: El área de producción está delimitada por los ríos Segura y Mundo, en una zona de altitud que oscila entre los 350 y los 500 metros. Los terrenos se someten a una alternancia de cultivos para no agotar la riqueza del suelo. El arroz que se obtiene es blanco, semintegral e integral en cultivo convencional y ecológico.

DATOS BÁSICOS: El registro del Consejo Regulador de la Denominación de Origen tiene inscritos a unos 150 agricultores y 3 industrias. La producción de arroz cáscara es de 2.5-3 millones de kilos, de los que cerca del 85% corresponde a cultivo convencional y el resto a ecológico. Las categorías que se comercializan son Extra y Primera, y alcanzan 1,3 millones de kilo con DOP

Arroz de Valencia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El Arroz de Valencia DOP se cultiva principalmente en el Parque Natural de la Albufera, completando su producción en los humedales de Pegó y Oliva. El cultivo en áreas protegidas ofrece un producto exclusivo y natural, con garantía de calidad y mantiene viva una tradi-

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

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

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

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

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



LEGUMBRES

La familia de las leguminosas está formada por miles de especies distintas. Algunas se consumen en verde, aprovechándose no sólo el grano tierno, sino la parte más blanda de la vaina (habas, bisaltos, judías verdes) y otras se secan, se desprenden de la vaina (desgranar) y se guardan al abrigo de la humedad, como alimento de reserva hasta que se consumen una vez rehidratadas (las legumbres).

Las leguminosas grano son plantas que se caracterizan por su elevado contenido en proteína (lo que constituye una de las principales fuentes de aminoácidos para la alimentación humana y animal).

Las especies más conocidas y cultivadas como leguminosas grano son los garbanzos, lentejas, judías secas, vezas y yeros, y en menor medida las algarrobas y titarros o almortas.

Lentejas y garbanzos son leguminosas de consumo humano preferentemente, mientras que vezas y yeros se destinan a la alimentación animal y se cultivan en zonas semiáridas y destinadas al barbecho. Hay muchas otras leguminosas que han ido desapareciendo por la mecanización del campo, aunque en los últimos años hay interés por su recuperación.

Aunque la soja también es una leguminosa se incluye, por su contenido en grasa, dentro del sector de las oleaginosas.

Las legumbres pertenecen al grupo de las leguminosas y son exclusivamente los granos secos destinados a la alimentación.

El término legumbre procede del latín “legumen” que designa a las semillas comestibles. Las legumbres han sido parte esencial de la dieta humana durante siglos y está probado que ya se consumían hace más de 10.000 años.

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 2023, la superficie de leguminosas grano llegó a un total de 557.600 hectáreas, un 58% más que en la campaña anterior. Estos datos del Ministerio de Agricultura incluyen las siembras de judías secas, habas secas, lentejas, garbanzos, guisantes secos, vezas, altramuz dulce y yeros.

Junto con la aumento de las siembras se produjo una subida de la producción en el conjunto de estos cultivos. Así, se cosecharon 338.100 toneladas en total, un 5% más que un año antes.

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

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

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LEGUMINOSAS (Millones de toneladas)			
	2021	2022	2023
JUDÍAS SECAS	18,5	13,9	17,2
LENTEJAS	31,5	25,4	13,6
GARBANZOS	39,9	31,4	48,4
GUISANTES SECOS	173,8	132,9	149,4

FUENTE: MAPA

GARBANZOS Y LENTEJAS

La superficie nacional sembrada de garbanzos en 2023 fue de 65.000 hectáreas, (un 80% más que en 2022). Por su lado, la de lentejas quedó en 41.400 hectáreas (un 2% más que un año antes). La cosecha de lentejas ese año llegó a las 13.600 toneladas (un 46% menos que la del año anterior) y la de garbanzos, las 48.400 toneladas (12% más).

En la producción de lentejas destaca Castilla-La Mancha, con el 59% del total nacional en 2023, con la provincia de Cuenca a la cabeza. También es importante la cosecha de Castilla y León (35% del total).

Por su lado, en el cultivo de garbanzos destaca Andalucía (con el 55% del total y Sevilla a la cabeza), seguida de Castilla y León, que produjo el 33% del total nacional. Otras comunidades 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 España pertenecen a la especie *Cicer arietinum*. Las principales son: blanco lechoso, castellano, venoso andaluz, chato madrileño, pedrosillano y de Fuentesauco (Zamora).

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

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

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

PRODUCCIÓN DE JUDÍAS

En 2023 se sembraron en España un total de 9.000 hectáreas de judías, una superficie superior a la media de los últimos años. Asimismo, la producción ascendió a 17.200 toneladas, un 24% más.

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

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

	2021	2022	2023
MUNDO	5.603	6.655	6.600
UE	115	110	90
ESPAÑA	31,5	25,4	13,6

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

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

CC.AA	2021	2022	2023
CASTILLA-LA MANCHA	22,57	18,80	8
CASTILLA Y LEÓN	8,16	5,7	4,8
MADRID	0,3	0,3	0,1
OTRAS CCAA	0,5	0,6	0,7
TOTAL ESPAÑA	31,5	25,4	13,6

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	15.937,5	18.095,2	18.100
UE	320	300	340
ESPAÑA	39,2	31,4	48,4

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

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

CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	22,93	19,2	26,5
CASTILLA-LA MANCHA	4	2,3	1,4
CASTILLA Y LEÓN	7,5	4	16,1
EXTREMADURA	3	3,8	2,7
OTRAS CCAA	1,8	2	1,7
TOTAL ESPAÑA	39,9	31,4	48,4

FUENTE: MAPA

En la Unión Europea la producción de judías secas aumentó en 2023, en consonancia con la evolución de la cosecha en España.

En el mundo, la especie leguminosa que más se cultiva es la denominada *Phaseolus vulgaris*, conocida comúnmente como judía seca, cuyas variedades reciben múltiples nombres dependiendo de las formas, características y colores que presentan o su origen.

Para su cultivo, la judía necesita agua y prospera adecuadamente en suelos frescos. También es sensible al

frío, por lo que la siembra es primaveral en las zonas con riesgo de heladas, y tiene variedades de distinta morfología (enanas, de enrame, etc.), y en algunas se puede aprovechar también el fruto (judía verde).

En España se pueden encontrar variedades como la blanca de riñón, la blanca redonda, la plancheta, troncón, ganchet, pinet, pinta, canela, canellini, negreta, morada, judía del Barco de Ávila, de La Bañeza (León), etc.

Las judías pochas son las que han sido recogidas sin secar, mientras que el judión de La Granja (que recibe su nombre por ser una producción de La Granja de San Ildefonso, en Segovia) es otra especie, al igual que la carilla (*Vigna sinensis*) y la judía de Lima (*Phaseolus lunatus*).

OTRAS LEGUMINOSAS

En el grupo de leguminosas más cultivadas en España, además de las legumbres, están los yeros y las vezas, destinadas a la alimentación animal. En 2023 se sembraron en España 100.800 y 88.000 hectáreas, respectivamente.

La producción de vezas rondó las 44.800 toneladas (muy por debajo de la del año anterior) y la de yeros las 35.200 toneladas (también mucho menos que un año antes).

Otros cultivos leguminosos son las proteaginosas (guisantes, habas, haboncillos y altramuces).

Más de la mitad de la superficie destinada a estos cultivos estaba en Castilla y León y también fueron importantes las cosechas de Castilla-La Mancha, Andalucía, Extremadura y Aragón.

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

	2021	2022	2023
MUNDO	5.603	6.656	6.700
UE	890	880	890
ESPAÑA	18,5	13,9	17,2

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

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

CC.AA	2021	2022	2023
NAVARRA	0,2	0,18	0,19
ASTURIAS	0,56	0,52	0,65
CATALUÑA	0,3	0,30	0,23
CASTILLA Y LEÓN	11,8	7,00	11,9
CANARIAS	0,1	0,10	0,1
GALICIA	3,8	3,80	2,5
PAÍS VASCO	1,18	0,68	1,1
OTRAS CCAA.	0,6	1,32	0,6
TOTAL ESPAÑA	18,5	13,9	17,2

FUENTE: MAPA

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 almor-



tas y los yeros que se producen en España se utilizan también, en pequeñas cantidades, para la preparación de tortas, gachas y hasta panes.

En el sur del país, especialmente en Andalucía y en Extremadura, el altramuz se utiliza como aperitivo, eliminando la lupotoxina, una sustancia que le da su amargor característico.

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

QUINUA

Hay algunos cultivos que están relacionados con las legumbres, aunque realmente sean semillas, que se cultivan ya en España, aunque hasta hace unas décadas no había tradición.

Tal es el caso de la quinua, que se siembra mayoritariamente en el sur del país. En 2023, se destinaron al cultivo de esta semilla un total 879 hectáreas, según los datos del Ministerio de Agricultura. El 80% de esta superficie se cultivaba en secano y el resto en regadío. Todo el cultivo de quinua en 2023 se concentró en Andalucía y en Castilla y León.

Según la FAO, la quinua tienen muchas propiedades nutritivas y dietéticas, es capaz de adaptarse a diferentes condiciones agroambientales. La quinua es una alternativa para aquellos países que tienen problemas para incrementar su producción y tiene el potencial de reducir la dependencia de otros alimentos básicos como el trigo y el arroz.

En el mundo se producen cerca de 162.000 toneladas, de las cuales la mayor parte se producen en Bolivia y Perú. ■



PRODUCCIONES DE GUIANTES SECOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Millones de toneladas)

	2021	2022	2023
MUNDO	12.435	14.166	14.000
UE	1.900	1.800	1.850
ESPAÑA	173,8	132,9	149,4

FUENTES: MAPA, FAO, EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE GUIANTES SECOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Millones de toneladas)

CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	14,5	10,00	21,8
ARAGÓN	9	10,90	10,4
CASTILLA-LA MANCHA	53,4	42,00	46,4
CASTILLA Y LEÓN	60,6	41,50	28
EXTREMADURA	8,2	6,80	6,5
OTRAS CCAA	28,1	20,90	36,3
TOTAL ESPAÑA	173,8	132,9	149,4

FUENTE: MAPA

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE LEGUMBRES (Millones de toneladas)

	2021	2022	2023
JUDÍAS	51,4	56,9	45,3
LENTEJAS	39,2	38	63,5
GARBANZOS	36,15	35,5	58,3

FUENTE: Datacomex

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LEGUMBRES SECAS Y COCIDAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
LEGUMBRES SECAS	
	2023
Legumbres Luengo, S.A.	108,5
Selección de Productos Leoneses.S.A (Grupo Cidacos) *	93
Legumbres Penelas S.L	33
Legumbres La Cochura, S.A.	20,5
Legumbres El Maragato, S.L	14,2
LEGUMBRES COCIDAS	
Grupo Cidacos (*)	490
Legumbres Luengo, S.A	108,5
Grupo Riberebro (The Real Green Food) (*)	83,37
ACICO, S.A (Grupo) (*)	44,83
Legumbres Penelas, S.L	33
Conservas de Autor, S.A	24

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye datos de otras producciones.

LEGUMBRES



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 de las lentejas (30%) y las alubias (28%).

Las marcas de distribución (MDD) dominan también el mercado de las legumbres y en el año 2023 mantuvieron su 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 este sentido, en el libre servicio (hipermercados y supermercados de más de 100 metros cuadrados), las MDD representaron en 2023 cerca del 78% del volumen de legumbres cocidas comercializadas, mientras que la primera marca de fabricante tiene el 12,6% de la cuota, según datos de la consultora IRI.

Por canales de venta, en 2023 casi la mitad de las legumbres se compraron en supermercados y auto-

servicios, aunque también en estos establecimientos se produjo una caída de ventas con respecto al año anterior.

En consonancia con las tendencias que dominan el mercado alimentario, el sector industrial de las legumbres también está acentuando el interés por la producción ecológica y de proximidad, así como también por mejorar sus envases con materiales biodegradables.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Continuando la tendencia de años anteriores, en el sector empresarial de las legumbres continuaron los movimientos de concentración. En este sector, la penetración de capitales extranjeros es poco significativa.

La modernización del sector y el dinamismo del mercado han provocado fuertes movimientos de concentración.

En el sector de las legumbres secas, la primera empresa productora a nivel nacional alcanzó en 2023 un volumen de 39.000 toneladas. Por su lado, la segunda empresa en el ranking llegó hasta las 33.000 toneladas y la tercera rondó las 13.700 toneladas. La facturación de la primera empresa del sector caso llegó a 108,5 millones de euros, mientras que la segunda facturó 93.

Por su parte, en el segmento de las legumbres cocidas, el principal fabricante registró un volumen comercializado de 42.000 toneladas peso escurrido, mientras que el segundo se situó en las 24.600 toneladas y el tercero sobrepasó las 19.000 toneladas.

La primera empresa comercializadora de legumbres cocidas (también tiene producción de legumbres secas) facturó en 2023 un total de 490 millones de euros (están incluidas las ventas de otras producciones), mientras que la segunda registró unas ventas de 108 millones de euros y la tercera de 33 millones de euros. En todos los casos, las facturaciones de ese año superaron las cifras del año precedente.

COMERCIO EXTERIOR

La producción nacional de legumbres no llega a cubrir la demanda anual, por lo que es necesario re-

currir a las importaciones para poder abastecer las necesidades de la industria.

En 2023 se importaron 1,7 millones de toneladas de lentejas, 1,68 millones de toneladas de alubias (entre todas las variedades) y 1,62 millones de toneladas de garbanzos secos, según los datos del Ministerio de Comercio.

En cuanto a las exportaciones, aumentaron significativamente en general con respecto al año precedente. Así, se vendieron 130.017 toneladas de garbanzo seco; 133.000 de judías y otras variedades similares y 106.991 toneladas de lentejas, según los datos de Comercio. Además, también se exportaron legumbres cocidas, pero 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. ■

CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 152,5 millones de kilos de legumbres y gastaron 332,1 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,3 kilos de consumo y 7,1 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los garbanzos (1,4 kilos por persona y año), mientras que las lentejas alcanzan 0,9 kilos y las alubias 0,9 kilos por persona. En términos de gasto, los garbanzos concentran el 40,8% del gasto, con un total de 2,9 euros por persona; las alubias el 29,6%, con un total de 2,1 euros; y las lentejas, también el 29,6% y un total de 2,1 euros.

CONSUMO Y GASTO EN LEGUMBRES DE LOS HOGARES, 2023				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL LEGUMBRES	152,5	3,3	332,1	7,1
LEGUMBRES SECAS	65,9	1,4	177,3	3,8
LEGUMBRES COCIDAS	86,6	1,9	154,8	3,3
GARBANZOS	65,9	1,4	133,9	2,9
ALUBIAS	42,7	0,9	97,0	2,1
LENTEJAS	43,0	0,9	97,5	2,1
LENTEJAS SECAS	30,2	0,6	73,5	1,6
LENTEJAS COCIDAS	12,8	0,3	24,0	0,5
OTRAS LEGUMBRES	0,9	0,0	3,7	0,1

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

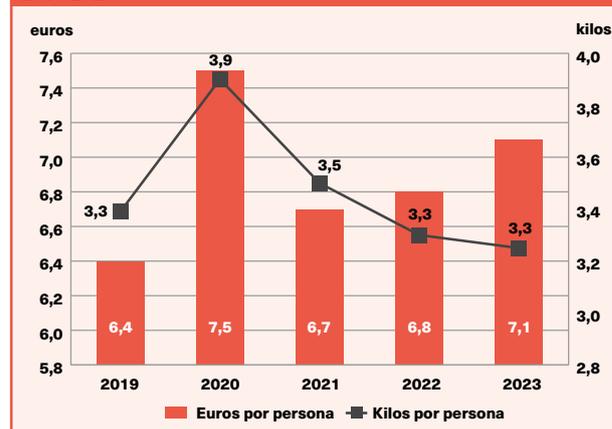
En términos per cápita, el consumo de legumbres durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- 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 cinco o más miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños centros urbanos (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de legumbres, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población 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, las parejas jóvenes sin hijos y los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Cantabria y Navarra cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Galicia, Canarias, 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 los años posteriores. En el periodo 2019-2023, 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).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN LEGUMBRES, 2019-2023

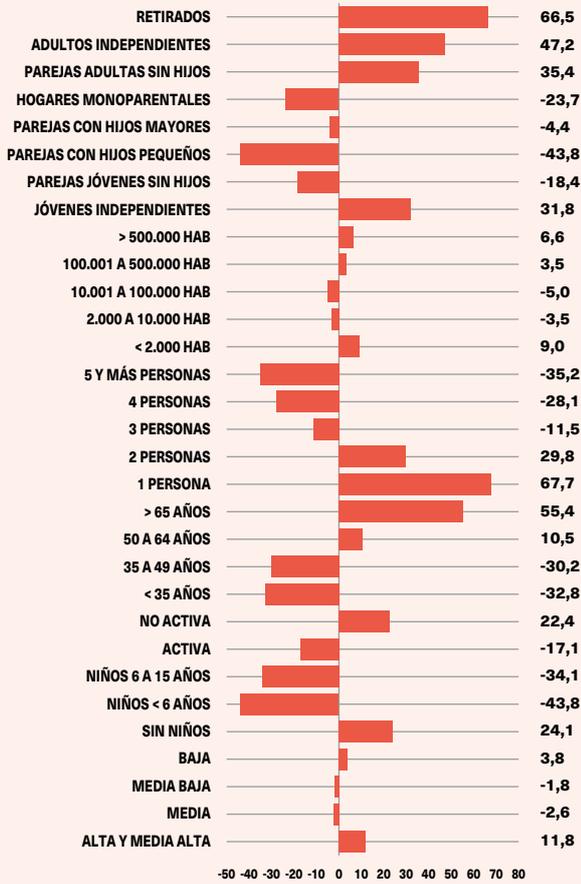


En la familia de legumbres, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido bastante similar para cada tipo de producto (la excepción está en otras legumbres). Respecto a la demanda de 2019, sólo el consumo de garbanzos aumenta.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE LEGUMBRES (2019=100), 2019-2023



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

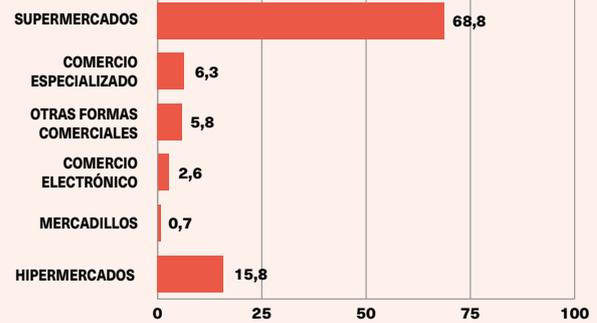


* Media nacional = 3,3 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de legumbres a los supermercados (68,8% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 15,8% y los establecimientos especializados llegan al 6,3%. El comercio electrónico supone el 2,6% y los mercadillos el 0,7%, mientras que las otras formas comerciales alcanzan el 5,8% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LEGUMBRES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



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, Astorga, El páramo, Tierras de León, parte de la Maragatería, Cabrera y Esla-Campos, así como 20 municipios de la comarca de Benavente-Los Valles de la provincia de Zamora.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades amparadas Riñón, Pinta, Canela y Plancheta, diferentes morfológicamente entre ellas pero con unas propiedades organolépticas. La piel es muy lisa, el albumen blando y de baja granulosis, esto hace que tengan un resultado de palatibilidad muy alto. Y prácticamente todos los granos se mantienen íntegros después de la cocción. La comercialización siempre es en envase cerrado y con la contraetiqueta del Consejo Regulador.

DATOS BÁSICOS: Se vienen inscribiendo 300 hectáreas que cultivan unos 50 agricultores y rendimientos próximos a las 700.000 kg. Son 8 las industrias envasadoras y elaboradoras inscritas en el Consejo, cuya comercialización ha aumentado significativamente en los últimos años. Las perspectivas son positivas, el agricultor de la IGP está más especializado en el cultivo de la alubia y las industrias ganan cuota de mercado de este producto de calidad.

Fesols de Santa Pau

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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

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

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

DATOS BÁSICOS: Actualmente en el consejo regulador figuran inscritos 9 productores y 11 envasadores-elaboradores. La superficie de cultivo es de 22 hectáreas con una producción certificada de 4 toneladas durante el 2023.

Garbanzo de Escaceda

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los productos amparados está formada por los términos municipales de Escacena del Campo, Paterna del Campo, Manzanilla, Villalba del Alcor, La Palma del Condado y Villarrasa (todos ellos en la provincia de Huelva), y los de Castilleja del Campo, Aznalcóllar, Sanlúcar la Mayor, Albaida del Aljarafe y Olivares (en la provincia de Sevilla).

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado es el fruto de la especie vegetal *Cicer arietinum* L., del ecotipo local del Campo de Tejada y de las variedades registradas o que se registren del tipo comercial Lechoso.

Pertenece a la categoría «Extra» de acuerdo con la legislación nacional y se comercializan envasados como legumbre seca. Se caracterizan por ser de calidad superior y sus granos presentan la forma, el aspecto, el desarrollo y la coloración característicos del tipo comercial. Están exentos de defectos, a excepción de muy ligeras alteraciones superficiales, siempre que éstas no perjudiquen el aspecto general, la calidad o su presentación en el envase.

Los garbanzos presentan un color blanco amarillento muy claro, forma alargada y achatada por los lados, irregularidades en su superficie con profundos surcos y abultamientos y un calibre mínimo de 8 mm. Poseen, asimismo, un sabor agradable, una textura mantecosa y poco granulosa, piel blanda y fina adherida al grano y una gran finura al paladar.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos unos 52 productores que siembran esta legumbre y que cuentan con una superficie de unas 500 hectáreas, con una producción comercializada de unos 275.000 kg.

Garbanzo de Fuentesauco

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los garbanzos amparados está constituida por 22 municipios de la provincia de Zamora, con la población de Fuentesauco como el principal núcleo productor.

CARACTERÍSTICAS: La IGP ampara el garbanzo de la variedad Fuentesauco, de pico curvo y pronunciado, color crema o apagado mezcla de amarillo, blanco y marrón, piel de rugosidad intermedia y sin manchas. El ecotipo de este garbanzo tiene un patrimonio genético de primer orden, ya que durante generaciones de agricultores se ha ido seleccionando la variedad de mayor finura. Las referencias históricas de este producto se remontan al siglo XVI.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 74 productores y la superficie de cultivo registrada es de 660 hectáreas. La producción media anual es de 500.000 kilos. Las 7 empresas envasadoras comercializan garbanzos con IGP.

Faba Asturiana

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de las judías secas amparadas está constituida por los terrenos ubicados en el territorio de la comunidad autónoma del Principado de Asturias. La producción se centra en fincas de labor de unos 3.000 metros cuadrados de superficie media y de hasta 80.000 metros cuadrados de superficie máxima, localizadas en las riberas de los ríos o zonas llanas donde es posible la utilización de maquinaria de cultivo. La zona de elaboración y envasado coincide con la de producción.

La zona de elaboración y envasado coincide con la de producción.

CARACTERÍSTICAS: La IGP ampara aquellas judías secas, separadas de la vaina, de la variedad tradicional Granja Asturiana. El grano es oblongo, largo y aplanado. Las judías secas amparadas deberán pertenecer a las categorías comerciales Extra y Primera. Los granos deben estar enteros, sanos y con un contenido en humedad máximo del 15%.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 153 productores y la superficie de cultivo supera las 164 hectáreas. La producción media anual es de unos 250.000 kilos, de los que 200.000 son de categorías Extra y Primera. Las 28 empresas inscritas, comercializan 100.000 kilos al año con IGP.

Faba de Lourenzá

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción de habas amparadas por la indicación geográfica protegida Faba de Lourenzá abarca el territorio costero de la provincia de Lugo conocido como A Mariña Luguesa, comarca natural dividida administrativamente en tres comarcas: A Mariña Occidental, A Mariña Central y A Mariña Oriental, y que engloba los ayuntamientos de Alfoz, Barreiros, Burela, Cervo, Foz, Lourenzá, Mondoñedo, Orol, A Pontenova, Ribadeo, Trabada, O Valadouro, O Vicedo, Viveiro y Xove. El área de producción coincide con la de envasado.

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 2.600 hectáreas; 130 productores y una producción anual de 1.300.000; 10 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 16 hectáreas. En el registro del Consejo Regulador están inscritos 4 almacenes y plantas de acondicionamiento, envasado, y 11 productores que en el 2023 comercializaron unos 6.000 kilos de judía protegida por la denominación de origen.

FRUTAS Y HORTALIZAS



El cultivo de frutas y hortalizas agrupa gran variedad de modelos productivos, que van desde la producción intensiva de hortalizas en invernadero hasta las tierras de secano, donde se producen los frutos de cáscara o frutos secos.

España es el primer productor de frutas y hortalizas de la Unión Europea (UE), con más del 25% de la producción comunitaria, así como también el octavo a nivel mundial.

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

La baza principal del sector hortofrutícola español es su alto grado de especialización y su capacidad para adaptarse a la demanda tanto en formatos como en variedades.

En España hay cerca de 1.870.000 hectáreas dedicadas al cultivo de hortalizas y frutas, cítricos y frutos de cáscara incluidos. De esa superficie estimada por el Ministerio de Agricultura, 373.000 hectáreas están dedicadas a las hortalizas (sin incluir la patata); 300.000 a los cítricos y 896.000 a los frutos de cáscara.

La superficie dedicada a la producción de fruta dulce (el 19% del total) 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 35% en 2023), la Comunidad Valenciana (16%), Región de Murcia (13%), Extremadura (8%), Castilla-La Mancha (6%), Castilla y León (5%), Cataluña (3%), Aragón (3%), Canarias (3%), Galicia (4%) y Navarra (2%).

SECTOR HORTOFRUTÍCOLA ESPAÑOL EN DATOS

La producción total de frutas y hortalizas en España superó en 2023 los 24 millones de toneladas, un volumen muy por debajo del producido en 2022, cuando se llegó a 25,3 millones. De esta producción total, aproximadamente el 66% correspondió a hortalizas; el 24% a los cítricos y el 10% a la fruta dulce, los frutos secos y las uvas de mesa.

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 (sin incluir patata, pero incluyendo aceituna de mesa y flores) superó los 24.644 millones de euros en 2023, un 14% más que un año antes, según datos del Ministerio de Agricultura.

Este sector en conjunto (frutas y hortalizas) representó el 68,1% de la Producción Vegetal final y el 37,6% 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 2023, su aportación a la renta agraria se elevó a 13.146 millones de euros, un 8,7% más que un año antes. Dentro del grupo de las hortalizas destaca el tomate por su aportación a la renta.

El segundo subsector en importancia económica fue el de las frutas, con 11.497 millones de euros en 2023, unos 2.000 millones de euros más que en el año anterior, que fue malo para el sector. 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 de mesa, las aceitunas y las frutas de hueso (melocotón, albaricoque, cereza, ciruela, etc.) y pepita (manzana y pera).

COMERCIO EXTERIOR

Además de ser uno de los primeros países productores de frutas y hortalizas, España es también una potencia en exportación de estas producciones, pues prácticamente la mitad de las cosechas se destinan a la exportación.

Según los datos de Comercio, la exportación total de frutas y hortalizas (sin incluir la patata) se situó en algo más 10,9 millones de toneladas, un volumen inferior a los 11,6 millones del año precedente.

Sin embargo, el valor de estas ventas exteriores superó los 16.648 millones de euros, un 5,4% más que en 2022.

Diferenciando por capítulos, las exportaciones de frutas superaron los 6,16 millones de toneladas, frente a los 6,6 millones de un año antes. Por su lado, las ventas al exterior de hortalizas quedaron en algo más de 4,8 millones de toneladas, también por debajo de un año antes.

Por destinos, al mercado de la UE se llevaron el 85% de las exportaciones españolas y entre los países terceros destacaron como países que recibieron frutas y hortalizas españolas Reino Unido, Brasil, Arabia Saudí y Canadá.

Por comunidades, Andalucía, Murcia, Cataluña y la Comunidad Valenciana son las que concentran el comercio exterior de frutas y hortalizas.

Por productos, los más exportados en volumen son la naranja, el pimiento, la sandía, la lechuga, la clementina, el limón, el tomate, el pepino, el melocotón (incluida la nectarina) y el melón.

En cuanto a la importación en 2023, se rompió la tendencia creciente de los últimos años. Se compraron frutas y hortalizas por un volumen de algo más de 3 millones de toneladas, de las que 2,2 millones fueron frutas. En estos datos no está incluida la patata.

La Unión Europea (UE) fue el principal proveedor de España, en cuanto a cantidades importadas y dentro de la UE, los países que más vendieron a España fueron Francia, Países Bajos, Portugal e Italia. Por su lado, entre los países terceros destacaron por sus ventas Marruecos, Costa Rica, Estados Unidos y Argentina.

Asimismo, los principales productos importados anualmente en volumen son, dentro de las frutas, el plátano, el aguacate, la manzana y la piña, mientras que dentro de las hortalizas destacó el tomate.



Powered by
Syngenta Vegetable Seeds

BOBAL

Gran rendimiento y sabor
con resistencia* a pulgón,
oídio y Nueva Delhi.



AGATA

El sabor del verano.



*Resistencia intermedia: Ag/Px

syngenta®

PRODUCCIÓN HORTOFRUTÍCOLA EN LA UE

La Unión Europea es una potencia mundial en producción de frutas y hortalizas, pues aporta cerca del 4,5% del volumen producido anualmente. En 2023, según datos de la Comisión Europea, el valor de las frutas y hortalizas producidas en la UE fue de 106.000 millones de euros, muy por encima del valor de un año antes. Este subsector representó el 19,9% del valor de toda la producción agraria ese año.

La producción total se acercó a los 100 millones de toneladas, de las que un 25% aproximadamente sería la cosecha española, que es la primera en el ranking comunitario. Por detrás de España quedaron países productores Italia el (21%), Polonia (11%), Francia (9%), Países Bajos (6%), Grecia (6%), Alemania (5%), Portugal (4%), Bélgica (3%), Rumanía (3%), Hungría (2%) y el resto de los países (5% en conjunto).

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

Respecto a las producciones hortícolas, sin incluir las patatas, el volumen supera anualmente los 60 millones de toneladas, abarcando gran diversidad de cultivos. A pesar de la reducción que ha sufrido el sector en los últimos años, cerca del 19% de la producción total de hortalizas en la Unión Europea corresponde a la cosecha de tomates; y también son muy importantes las producciones de cebolla y zanahoria, si bien con la salida de Reino Unido (que lideraba el ranking en este subsector), la producción comunitaria se ha resentido.

Tradicionalmente y a pesar de su gran producción, la UE importa grandes cantidades de frutas y hortalizas, especialmente frutas tropicales.

El grueso de los intercambios comerciales de frutas y hortalizas que se producen en la Unión Europea corresponden al comercio comunitario, aunque es cierto que también hay un gran volumen de intercambios con países terceros. España es el primer exportador de la UE y uno de los tres primeros exportadores mundiales junto con China y Estados Unidos.

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.

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

PRODUCTO	2021	2022	2023
AGUACATE	139,9	149,7	139,1
AJOS	175,1	164,5	150,3
ALBARICOQUES	97	59,5	77,5
ALCACHOFAS	12,6	15,9	11,3
APIO	106,7	93,5	88,6
BERENJENAS	166,45	149,9	174,2
CALABACINES	450,82	352,97	376,2
CAQUI	189,8	119,38	170
CEBOLLAS	338,58	316,84	293,3
CIRUELAS	116	94,1	89,7
COLES-BRÓCOLI	539,3	500,5	468,8
ESPÁRRAGOS	28	22,8	18,4
FRESAS	316,6	278,13	246,3
JUDÍAS VERDES	21,5	19,2	14,2
KIWIS	39,4	28	29
LECHUGAS	811,7	714,5	705,8
LIMONES	734,2	647,8	614,8
MANDARINAS	1.326	1.245,7	1.049,7
MANZANAS	110,4	106,10	87,8
MELOCOTONES	344,3	262,20	142,5
MELONES	430,8	337,70	320,6
NARANJAS	1.565,8	1.610,10	1.251,8
NECTARINA	346,6	277,50	299,8
PATATAS	334,6	366,40	390,6
PEPINOS	660,3	694,25	667,5
PERAS	122,4	93,70	113,1
PIMIENTOS DULCES	853,6	795,66	710,8
PLÁTANO	112,8	70,18	119,3
POMELOS	74,4	64,70	66,3
SANDÍAS	996,6	680,20	679,1
TOMATES FRESCOS	662,5	629,26	558,4
UVAS	200,7	176,46	132,6
ZANAHORIA	150,2	107,23	137,3

FUENTE: Datacomex

Respecto a las verduras, los tomates suelen ser la partida principal en el comercio entre países de la UE y las cebollas, la principal exportación a países terceros.

En cuanto a la producción mundial de frutas y hortalizas, en 2023 rondó los 2.250 millones de toneladas, según estimaciones de la FAO. El país con mayor producción es China, que aportó casi el 42% de todo este volumen. Por detrás se sitúa India, con el 12% del total; Brasil (3%); Estados Unidos (3%) y Turquía (2%).

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

PRODUCTO	2021	2022	2023
AGUACATE	214,2	208,6	242
CEBOLLAS	110,6	99,6	148
JUDÍAS	118,3	114	100,4
KIWIS	159,3	140,3	147,6
LIMÓN	40	74,5	68,2
MANGO	78,6	72,8	85,4
MANZANAS	184,6	195,52	218,2
MELONES	98	79,7	102,4
NARANJAS	179,3	117,29	234,5
PATATAS	878,1	1.056,70	1.091,4
PERAS	66,4	63,3	57
PIMIENTO	65,6	76,3	73,9
PIÑAS	170,4	160,7	181
PLÁTANO	369,7	403,7	424,8
TOMATES FRESCOS	178,1	188,05	189
UVA DE MESA	69,7	81,5	67,7

FUENTE: Datacomex

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES FRUTAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2021	2022	2023
AGUACATE	116,8	105,9	121,2
ALBARICOQUES	127,2	92,0	120,7
CEREZAS-GUINDAS	129,9	117,8	109,2
CIRUELAS	182,8	165	163,2
FRESAS-FRESONES	360,8	327,5	327,4
KIWI	28,7	27,6	26,9
MANZANAS DE MESA	516,3	419,8	454,3
MELOCOTONES	744,4	568,8	829,3
MELONES	652,6	524	515
NECTARINA	452,7	317	526,2
PERAS	316,5	249	297,7
PLÁTANOS	409,1	348,9	429,3
SANDÍAS	1.382,3	1.163,6	1.153
UVAS DE MESA	304,6	292,4	335,4

FUENTE: MAPA

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 (20,7%), en 2023. Asimismo, los precios medios subieron un 11%, continuando la tendencia del año anterior (en estos datos están incluidas las frutas frescas, los cítricos, las frutas tropicales, las uvas de mesa y las aceitunas de mesa).

Conforme a estos datos, el valor generado por las frutas se elevó hasta los 11.496,6 millones de euros a precios básicos (frente a los 9.490 millones del año anterior) y el sector representó el 17,5% de la Producción Final Agraria (más de 2 puntos porcentuales más que en el año precedente) y el 31,8% de la Producción Vegetal, también un porcentaje muy superior a 2022.

En la Unión Europea, la aportación de las frutas a la renta agraria sumó en 2023 cerca de 34.911 millones de euros a la renta agraria, según datos de la Comisión. Con respecto al valor de la Producción Final Agraria, el sector de la fruta comunitaria supuso ese año el 6,5 % y con relación a la Producción Final Vegetal, el 12,6%.

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

CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	18,7	17,2	16,7
ARAGÓN	13,3	12,2	18
COMUNIDAD VALENCIANA	12,2	11,6	6,3
EXTREMADURA	101,1	98,5	93,5
MURCIA	10,7	7,5	8,6
OTRAS CCAA	26,8	18	20,1
TOTAL ESPAÑA	182,8	165	163,2

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	12.209	12.391	12.300
UE	1.571	1.472	1.470
ESPAÑA	182,8	165	163,2

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).

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MANZANAS DE MESA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	6,6	7,2	7
ARAGÓN	72,1	66,6	73,3
ASTURIAS	3	1,1	1,4
CASTILLA Y LEÓN	62	51,2	44,1
CATALUÑA	272,9	217,3	238
COMUNIDAD VALENCIANA	6,1	4,3	6,5
GALICIA	60,5	48,4	55,7
LA RIOJA	13	8,6	11
NAVARRA	9	5,9	8,6
PAÍS VASCO	2,8	3,30	2,7
OTRAS CCAA	8,3	5,9	6
TOTAL ESPAÑA	516,3	419,8	454,3

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE MANZANAS DE MESA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	93.925	95.835,9	91.000
UE	12.405	12.559	11.867
ESPAÑA	516,3	419,8	454,3

FUENTES: FAO, EUROSTAT, WAPA Y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE PERAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2021	2022	2023
CASTILLA Y LEÓN	15,3	12,7	16,4
ARAGÓN	44,3	43,6	45,8
CATALUÑA	118,5	95,6	125,9
GALICIA	9,9	10,2	9,3
NAVARRA	15,8	12,2	16,8
LA RIOJA	55	40,4	48,5
MURCIA	27,9	16,6	22
OTRAS CCAA	29,8	18	13
TOTAL ESPAÑA	316,5	249	297,7

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE PERAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	25.616,6	26.324,8	26.300
UE	1.905	2.063	1.805
ESPAÑA	316,5	249	297,7

FUENTES: FAO, EUROSTAT, WAPA Y MAPA

TIPOS DE FRUTA

Las frutas dulces son aquellas en las que predominan los azúcares y pueden obtenerse bien de cultivos leñosos (frutas de pepita y frutas de hueso) o bien de cultivos herbáceos de ciclo anual: las llamadas frutas-hortalizas.

Estas frutas se obtienen a partir de especies herbáceas y también de algunas especies arbustivas (moras de zarza, arándanos, frambuesas, etc.).

Las frutas-hortalizas cultivadas suelen ser de ciclo anual y hay que plantarlas todos los años, mientras que las frutas del bosque rebrotan cada año. Las frutas-hortalizas suelen ser de tipo pepita, carnosas y más versátiles que las frutas obtenidas a partir de cultivos leñosos.

Son frutas de crecimiento más rápido y sus períodos de recolección son amplios. Algunas de ellas, como el tomate, es clasificado directamente entre las hortalizas al carecer de dulzor.

FRUTAS-HORTALIZAS

Las frutas-hortalizas más extendidas en España son la fresa, el melón y la sandía, que suponen casi un 40% de la producción total de fruta dulce aunque se clasifiquen entre las hortalizas muchas veces.

En 2023 la producción de sandía se redujo, al igual que en el año anterior. Al final de la campaña, se recogieron 1,1 millones de toneladas (un 1% menos), al tiempo que la producción de melón disminuyó también un 2% hasta 515.000 toneladas.

Por su lado, la producción de fresas y fresones se mantuvo tras desplomarse un año antes. Se recogieron 327.400 toneladas, principalmente en Andalucía.

Respecto al comercio exterior, disminuyeron muy ligeramente las exportaciones de sandía hasta las 679.100 toneladas; las de melones, que bajaron un 5% y se situaron en 320.600 toneladas, y también las de fresas, con 246.300 toneladas y un 11% menos que en 2022.

PRODUCCIONES DE AGUACATE EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	8.570	8.978	8.980
UE	120	110	126
ESPAÑA	116,8	105,9	121,2

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

A nivel europeo se produjo también una caída de la producción de sandía por la menor aportación española, así como también de las cosechas de melones y fresas.

FRUTAS DE PEPITA

Las frutas de pepita son muy sensibles a los cambios climáticos y por eso las cosechas varían mucho de un año a otro. Los dos principales producciones de frutas de pepita a nivel mundial son las peras y las manzanas.

En la campaña 2023, al contrario que en el año precedente, la producción nacional de pera aumentó (un 20%, hasta 297.700 toneladas) y lo mismo sucedió con la manzana (un 8%, hasta 454.300 toneladas).

A estas producciones habría que añadir la cosecha de manzana destinada a la elaboración de sidra, que fue muy inferior a la del año precedente (91.900 toneladas).

Respecto al comercio exterior de estas frutas, al igual que en años anteriores, en 2023 las exportaciones españolas de manzana disminuyeron un 17% hasta situarse en 87.800 toneladas (en el año anterior también habían caído las exportaciones). En sentido contrario, las ventas al exterior de peras se incrementaron en volumen un 21%, hasta llegar a 113.100 toneladas.

En cuanto a las importaciones, destacan las manzanas, con 218.200 toneladas en 2023 (un 12% más). En el caso de las peras, se importaron también 57.000 toneladas, un 10% menos que un año antes.

Por su lado, en la UE se redujo en 2023 la producción de manzana (se recogieron 11,8 millones de toneladas en total) y también la de pera (1,8 millones de toneladas frente a los más de 2 millones de un año antes).

La producción mundial siguió la misma tónica de aumento de producción. Las dos variedades de manzana más extendidas a nivel mundial son la golden y la gala.

OTRAS FRUTAS DE PEPITA: UVA, 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

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE NECTARINAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	29,7	27,5	26,5
ARAGÓN	103,4	74,9	154
CATALUÑA	140,7	53,8	190
COMUNIDAD VALENCIANA	14,5	7,8	8
EXTREMADURA	68	70	73,5
MURCIA	91,3	82,5	73,2
OTRAS CCAA	5,1	1,0	1
TOTAL ESPAÑA	452,7	317	526,2

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE NECTARINA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
UE	907	961	1.110
ESPAÑA	452,7	317	526,2

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE UVAS DE MESA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	9,3	8,5	9,5
COMUNIDAD VALENCIANA	100	97,2	88,5
MURCIA	192,7	179,8	225,67
OTRAS CCAA	5,4	7	11,8
TOTAL ESPAÑA	307,4	292,4	335,4

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE UVA DE MESA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
PRODUCTO	2021	2022	2023
UE	1.720	1.676	866
ESPAÑA	304,6	292,4	335,4

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE SANDÍAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	794,5	685,6	704
CANARIAS	11,1	12	12,1
CASTILLA-LA MANCHA	210,4	190,0	213,1
CATALUÑA	7,7	7,4	7,2
COMUNIDAD VALENCIANA	71,1	70,2	48,4
EXTREMADURA	12	7,7	10,1
MURCIA	202,2	181,8	147,4
OTRAS CCAA	73,3	8,80	10,7
TOTAL ESPAÑA	1.382,3	1.163,6	1.153

FUENTE: MAPA

parra o tutoradas por un emparrado, a fin de evitar el contacto con el suelo. En algunas variedades se suelen proteger con bolsas los racimos, tanto para evitar cualquier posible fecundación no deseada, como para proteger al fruto.

La cosecha nacional de uva de mesa se incrementó en 2023 un 15% hasta situarse en 335.400 toneladas. En 2023 había dedicadas a este cultivo unas 16.595 hectáreas, cifra algo superior a la del año anterior. En esta superficie hay producción de uva blanca y roja, con y sin semillas.

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

Este cultivo ocupaba en 2023 un total de 1.703 hectáreas en España, principalmente en tierras de regadío. La superficie cultivada era notablemente más baja que la del año anterior. Ese año, la producción de nísperos alcanzó las 27.000 toneladas, según los datos del Ministerio de Agricultura, de las que la mita se recogió en la Comunidad Valenciana.

En cuanto al membrillo, en 2023 había registradas un total de 689 hectáreas en producción, la mayoría de ellas en Andalucía (Córdoba, principalmente). La producción de esta fruta se elevó a 6.400 toneladas. Esta producción se destinó en su mayor parte a la industria agroalimentaria para la elaboración de carne de membrillo y mermelada.

FRUTAS DE HUESO

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

Los melocotones y nectarinas han diversificado sus períodos productivos, escalonando variedades, desde abril a noviembre. Los albaricoques, en cambio, tienen un período comercial más corto, desde abril hasta mediados del verano, mientras que las cerezas también se escalonan a lo largo de la primavera y el verano. En general son frutas que obtienen buenas cotizaciones, si no se estropean por las lluvias y la mala climatología.

La cosecha de fruta de hueso fue bastante buena en 2023. La suma de las cosechas de melocotón, nectarina, albaricoque, cereza, guinda y ciruela quedó por encima de los 1,75 millones de toneladas, frente a los

1,26 millones de 2022. La cosecha fue superior a la media de las últimas cinco campañas y las regiones en las que más se recuperó la producción fueron Cataluña, Aragón y Castilla-La Mancha.

Así, la producción de melocotón aumentó hasta 829.300 toneladas (46% más que un año antes); la de

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

CC.AA	2021	2022	2023
ARAGÓN	18,9	15,5	37,6
COMUNIDAD VALENCIANA	24,3	14,9	9,5
MURCIA	54,5	40,8	38,3
OTRAS CCAA	29,6	20,8	35,3
TOTAL ESPAÑA	127,2	92,0	120,7

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	3.622,5	3.863,2	3.500
UE	510	637	262
ESPAÑA	127,2	92	120,7

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	35,4	32,8	27,3
ARAGÓN	152,3	117,1	222,7
CASTILLA-LA MANCHA	48,3	27,7	51,3
CATALUÑA	198,4	116,8	221,2
COMUNIDAD VALENCIANA	15,3	17,7	15,1
EXTREMADURA	56,6	42,9	53,2
GALICIA	9	8,1	7,3
LA RIOJA	8,4	6,4	7,5
MURCIA	209,7	190,1	214,7
OTRAS CCAA	11	9,2	9
TOTAL ESPAÑA	744,4	568,8	829,3

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	25.012	26.355	26.500
UE	2.160	2.299	2.450
ESPAÑA	744,4	568,8	829,3

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	102.171	99.957	98.800
UE	3.146	2.686	2.680
ESPAÑA	1.382,3	1.163,6	1.153

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	350,6	314,8	325,7
CATALUÑA	1,7	1,8	1,8
CANARIAS	2,1	2,1	2,4
CASTILLA Y LEÓN	2,1	2,5	3
GALICIA	1,9	2,3	2,7
OTRAS CCAA	2,4	4,0	1,8
TOTAL ESPAÑA	360,8	327,5	327,4

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	9.361	9.560	9.550
UE	1.300	1.280	1.270
ESPAÑA	360,8	327,5	327,4

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

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

CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	189,7	135,7	149,7
CANARIAS	6,1	9,5	9,5
CASTILLA-LA MANCHA	164,3	145,8	150,8
CATALUÑA	4,7	3,8	3,6
COMUNIDAD VALENCIANA	47,5	35	31,7
EXTREMADURA	17,5	13,4	14,2
MADRID	6,8	3,2	1,2
MURCIA	205,6	172	147,8
OTRAS CCAA	10,4	5,8	6,5
TOTAL ESPAÑA	652,6	524	515

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	28.726	28.558	28.500
UE	1.807	1.627	1.500
ESPAÑA	652,6	524	515

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA



nectarina en 526.200 toneladas (66% más). Por su parte, la producción de albaricoque fue de 120.700 toneladas. la de ciruela ascendió a 163.200 toneladas y la de cereza y guinda a 109.200 toneladas.

Respecto al comercio exterior, en 2023 las exportaciones de albaricoques aumentaron en volumen un 30% (se vendieron unas 77.500 toneladas), mientras que las de ciruela bajaron un 5% hasta 89.700 toneladas.

También fueron inferiores las ventas al exterior de melocotones (un 46%, hasta 142.500 toneladas) y por el contrario, las de nectarina fueron mejores (un 8% hasta 299.800 toneladas). La cereza, por su parte, experimentó una subida espectacular en sus ventas exteriores, al pasar de 26.621 toneladas exportadas en 2022, a 36.894 toneladas en 2023.

Los principales destinos de las frutas de hueso españolas fueron Brasil (con mucha diferencia respecto al resto), Noruega, México, Arabia Saudí, Emiratos Árabes, Canadá y Ucrania.

En la UE, la producción total de fruta de hueso aumentó en conjunto un 10% con respecto a 2022. En total, se produjeron cerca de 3,9 millones de toneladas de estas frutas y España fue el principal país productor, por delante de Italia que tuvo una cosecha mermada (unos 1,1 millones de toneladas). Grecia también vio reducida su producción (742.000 toneladas en total) y Francia registró un aumento del 1%.

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.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CEREZAS Y GUINDAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	6,3	5,3	4,7
ARAGÓN	44,7	48,6	66,5
CATALUÑA	13,4	6,7	9,1
EXTREMADURA	44	40,4	14,6
OTRAS CCAA	21,5	16,8	14,3
TOTAL ESPAÑA	129,9	117,8	109,2

FUENTE: MAPA

Aunque en el pasado muchas de estas frutas se recogían a partir de árboles diseminados, actualmente el grueso de las producciones proviene ya de plantaciones regulares.

Tal es el caso de la higuera, que lleva en España desde tiempos inmemoriales. Según los datos del Ministerio de Agricultura, en 2023 había cerca de 21.720 hectáreas dedicadas a este frutal, de las cuales 14.000 estaban en producción regulada. Casi la mitad de esas tierras estaban en Extremadura, aunque Galicia, Castilla y León, Canarias o el País Vasco destacan por la cantidad de higueras diseminadas que tienen.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, la producción de higos alcanzó las 44.400 toneladas, un volumen muy superior al del año precedente. Igualmente, en 2023 se exportaron 4.827 toneladas de higos frescos y se importaron 727 toneladas.

KIWI Y AGUACATE

La producción de kiwi se concentra en el norte de España, principalmente en Galicia, Asturias y País Vasco. En 2023 la superficie dedicada a este frutal fue de 1.858 hectáreas (más que un año antes) y la producción de 2023 descendió un 3% hasta 26.900 toneladas. Con respecto al comercio exterior, ese año se exportaron 29.000 toneladas (un 4% más), mientras que las importaciones aumentaron un 5% hasta llegar a 147.600 toneladas.

Por su parte, los aguacates son frutas tropicales de carne algo untuosa debido a la abundante presencia de lípidos. En los últimos años, el incremento de la demanda ha llevado a los productores de cítricos a plantearse su producción como alternativa.

En 2023, al contrario que en el año precedente la producción se incrementó y quedó en 121.200 toneladas, un 14% más. Por el contrario, se redujeron un

PRODUCCIONES DE CEREZAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	2.757,3	2.765,8	2.750
UE	546	615	600
ESPAÑA	129,9	117,8	109,2

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

PRODUCCIONES DE KIWI EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	4.439	4.539	4.400
UE	866	972	850
ESPAÑA	28,7	27,6	26,9

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

7% las exportaciones de aguacate, en contra de la tendencia de años anteriores. Finalmente, se vendieron en el exterior 139.100 toneladas, pero también se importaron 242.000 toneladas (un 16% más).

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, la piña o el mango. En 2023 España contaba con 2.557 hectáreas de chirimoya en producción, según datos del Ministerio de Agricultura, además de unos 8.500 árboles diseminados por las islas Canarias. Toda la producción se cultiva en regadío y en los últimos años el cultivo está teniendo problemas por la escasez de agua.

En 2023 se produjeron unas 43.000 toneladas, de las que casi el 95% se recogieron en Andalucía, y más concretamente en la provincia de Granada.

Por otro lado, también había al finalizar 2023 un total de 5.754 hectáreas de mango en producción, aunque en realidad la superficie es mayor porque hay muchos árboles diseminados, especialmente en Canarias. Anualmente, la cosecha de mango ronda las 40.000 toneladas, de las cuales casi un 65% se recogen en Andalucía (en Málaga, principalmente).

Asimismo, también se cultiva la papaya (en 2023 la superficie aumentó hasta las 471 hectáreas, la mayor parte de ellas en invernadero) y la piña (se redujo el cultivo hasta las 129 hectáreas).

SOMOS MUCHOS

kaki influencers

BOUQUET



9768



9427



9987



6172



8427



9535



8252



El **kaki**, SIEMPRE **BOUQUET**

Cada vez que eliges un KAKI Bouquet generas una REACCIÓN en CADENA, una CADENA de VALOR que CAUSA EFECTO.

Elegiendo la FRUTA ESTRELLA del OTOÑO, te das VIDA para TI y das RACIONES de VIDA para el CAMPO.



5 al día aconseja el consumo diario de 5 raciones entre frutas y verduras



RACIONES DE VIDA PARA EL CAMPO

La buena producción nacional de piña hizo posible que se exportaran unas 36.966 toneladas en 2023 (muy por encima del volumen comercializado en el año anterior). Asimismo, también se vendieron en el exterior 43.043 toneladas de mangos y guayabas, un volumen inferior en unas 20.000 toneladas a las de 2022.

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 2023 ya había 5.065 hectáreas en España. La Comunidad Valenciana, especialmente Alicante, es la región con mayor superficie de granados. En 2023, según datos del Ministerio de Agricultura, la producción nacional superó las 84.000 toneladas.

Además del consumo de la granada en fresco, actualmente se comercializan también preparados de esta fruta (zumos, etc.) que tienen mucha aceptación en el mercado.

En la línea del níspero está el caqui, una producción minoritaria pero en clara posición de crecimiento, si bien en 2023 la superficie cultivada se redujo y se situó en 15.562 hectáreas (unas 500 menos). El cultivo del caqui se concentra también en la Comunidad Valenciana y cuenta también con una marca de calidad reconocida: la Denominación de Origen Protegida Kaki Ribera del Xúquer. En 2023 se exportaron 170.033 toneladas de esta fruta, unas 50.000 toneladas más que en el año anterior. Asimismo, se importaron 1.759 toneladas.

El comercio de caqui se concentra principalmente en el último trimestre del año y la fruta tiene muy buena aceptación en los mercados internacionales.

FRUTOS ROJOS

En España, 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.

En los últimos años se ha incrementado la superficie destinada al cultivo de frambuesa, que en 2023 llegó a 3.409 hectáreas, muy por encima de las que había un año antes. La mayor parte de esta superficie se encuentra en Andalucía y más concretamente, en la provincia de Huelva.

Por su lado, también había ese año 6.085 hectáreas de arándanos (mil más que en 2022) y 662 dedicadas a las moras (200 más que un año antes).

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, además del Reino Unido.

El grueso de las exportaciones de frutos rojos en 2023 fueron las ventas de arándanos (73.578 toneladas, unas 13.300 menos que en 2022), seguidas de las de frambuesas (55.885 toneladas, 12.000 menos que en 2022), pero también se exportaron 4.600 toneladas de moras (350 más que un año antes) y unas 1.318 toneladas de grosellas, casi el doble que un año antes.

Asimismo, ese año se importaron 42.714 toneladas de frambuesa; 688 toneladas de grosella; 1.947 toneladas de mora y 39.096 toneladas de arándano, entre otras frutas rojas.

Como sucede con otras frutas, la producción ecológica se va abriendo paso también en el sector de los frutos rojos. En 2023 había cerca de 1.800 hectáreas dedicadas a estas producciones, la mayor parte de las cuales en Andalucía.

Según los datos de la FAO, la producción mundial de frutos rojos supera anualmente los 11 millones de toneladas. En la Unión Europea la cosecha es de aproximadamente 1,2 millones de toneladas y de esa producción, le corresponde a España cerca del 30%.

PLÁTANO

Los plátanos en estricto sentido son unas frutas grandes, harinosas, con poco contenido en azúcares que se suelen comer fritos, cocidos o asados, edulcorados con melazas, azúcar o miel para hacerlos más agradables al paladar. Estos plátanos pertenecen al género *Musa paradisíaca*, de donde probablemente han derivado otras plantas del género *Musa*.

Sin embargo, dentro de este grupo de frutas la especie más extendida es la *Musa sapientium* (*Musa cavendishi*), que supone el 70% de la producción.

Sus frutos, más pequeños y más dulces, son las llamadas bananas que una vez alcanzado el climaterio (maduración) resultan perfectamente comestibles



de forma directa, hasta el punto de que se trata de la fruta que más se vende en el mundo y que es objeto de mayores transacciones internacionales.

En 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

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

	2021	2022	2023
MUNDO	132.082	135.112	136.000
UE	638,4	583,1	654
ESPAÑA	409,1	348,9	429,3

FUENTES: FAO, EUROSTAT Y MAPA

sean muy adecuadas para resistir los vientos marinos que azotan los troncos.

La producción de plátano en 2023 fue mucho mejor que la del año anterior, ya que se registró un aumento del 23% y se produjeron 429.300 toneladas. En ese aumento de la producción han tenido que ver la recuperación de la producción en la isla de La Palma.

La superficie de plataneras en Canarias ronda las 9.938 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.

Con la mejor agua
se obtienen los
plátanos
más exquisitos



Los plátanos de La Palma

EL SABOR DE CANARIAS

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 de la misma, según datos de Comercio. En 2023 se exportaron 119.344 toneladas de plátanos (volumen muy superior al de un año antes), mientras que se importaron 424.852 toneladas de plátanos y bananas, un volumen superior en un 5,2% al del año anterior.

En la Unión Europea, la producción total de plátanos y bananas en 2023 rondó las 654.000 toneladas, un 12,2% más que en el año anterior. Además de España, que aportó casi el 65% de la producción ese año, también hay producción de bananas en Francia, Portugal, Grecia y Chipre, así como también en Martinica y Guadalupe.

La producción comunitaria es escasa para abastecer la demanda, que en el año 2023 superó los 6 millones de toneladas. Por eso, cada año se importan grandes cantidades de plátanos. El país que más plátanos-bananas vendió a la Unión Europea fue Ecuador, en virtud de los acuerdos comerciales firmados.

Finalmente, la producción mundial de este tipo de frutas aumentó y logró alcanzar los 136 millones de toneladas.

CÍTRICOS

Los cítricos son uno de los emblemas de la producción agrícola española y uno de los productos que más se venden en el exterior. 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 2023 en España había 306.703 hectáreas dedicadas a estos cultivos, un 0,9% más

que en 2022, 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. En 2023 había 148.630 hectáreas de naranjo dulce y 239 hectáreas de naranjo amargo, cuya fruta se usa en la industria para hacer mermeladas. La segunda posición en cuanto a superficie la ocupa el mandarino, con algo más de 100.790 hectáreas en 2023 y la tercera el limonero, con 53.093 hectáreas. Además de estas producciones, también se cultivan en España pomelos (2.573 hectáreas) y otros cítricos (894 hectáreas).

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

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

La gran versatilidad de estas frutas permite escalonar las fechas de recolección. Cada vez se buscan más en España variedades muy tempranas y muy tardías, para no coincidir con los envíos de Marruecos e Israel.

El auge de las mandarinas obedece, en parte, a que hay tanta competencia como con las naranjas y a que las mandarinas se venden bien porque tienen pesos pequeños y se amoldan mejor a los hábitos de consumo.

Por su lado, 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.

La campaña 2022/23 terminó con una producción final de algo más de 5,7 millones de toneladas, un



millón de toneladas menos que en la anterior, de las que 2,8 millones eran naranjas, 1,8 millones pequeños cítricos (mandarinas, etc.), 887.000 toneladas eran limones y el resto pomelos y otros cítricos.

Por su parte, la producción nacional de cítricos en la campaña 2023/24 se situó por encima de los 5,7 millones de toneladas también. De esta producción, el grueso (2,6 millones de toneladas) correspondió a la producción de naranja dulce). El resto de la producción fue para los pequeños cítricos (1,8 millones de toneladas) limones (algo más de 1,16 millones de toneladas) y pomelos (84.300 toneladas).

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 2023/24 eran españolas el 47% de las naranjas, el 68% de los limones, el 67,6% de las clementinas (satsumas y mandarinas incluidas) y el 84% de los pomelos de toda la UE. Consecuentemente, en consonancia con España la UE tuvo un balance negativo para los cítricos en la campaña 2022/2023. Se produjeron cerca de 5,8 millones de naranjas; 2,9 millones de mandarinas y clementinas, así como también 1,5 millones de limones. Por su lado, en la campaña 2023/2024 se redujeron las cosechas en la UE, con la excepción del limón. Se produjeron un total de 5,5 millones de toneladas de naranjas; 2,7 millones de pequeños cítricos y 1,7 millones de limones.

A nivel mundial, las cosechas fueron mejores en la campaña 2023/24. Según los datos del departamento

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

PRODUCTO	2021/2022	2022/23	2023/24
NARANJAS	3.568	2.883,3	2.752,5
PEQUEÑOS CÍTRICOS	2.153,7	1.865	1.819
LIMONES	1.045	887	1.759,8
POMELOS	81,9	78	84,3
OTROS CÍTRICOS	11,3	10	10,7
TOTAL	6.862,2	5.723,3	6.426,3

FUENTE: MAPA

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

CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	1.772,4	1.311	1.279
BALEARES	6,7	6,1	6,3
CANARIAS	11,1	11,9	11,6
CATALUÑA	38	26,9	37,2
COMUNIDAD VALENCIANA	1.609,3	1.416,5	1.299,4
MURCIA	127	108,3	112,6
OTRAS CCAA	3,5	2,6	6,4
TOTAL ESPAÑA	3.568	2.883,3	2.752,5

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	46.400	47.300	48.800
UE	6.586	5.880	5.555
ESPAÑA	3.568	2.883,3	2.752,5

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE PEQUEÑOS CÍTRICOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	517,5	451,3	509
CATALUÑA	116,6	80,5	71,9
COMUNIDAD VALENCIANA	1.170,8	1.137,4	1.066,9
MURCIA	121,4	92,7	96,8
OTRAS CCAA	182	103,1	74,4
TOTAL ESPAÑA	2.108	1.865	1.819

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE MANDARINAS, CLEMENTINAS Y SATSUMAS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	42.431	37.000	38.000
UE	3.165	2.957	2.700
ESPAÑA	2.153,7	1.865	1.819

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE POMELOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	29,7	28,4	26,9
COMUNIDAD VALENCIANA	17,3	17	17,6
MURCIA	35,4	32,2	35,4
OTRAS CCAA	4,9	0,4	4,4
TOTAL ESPAÑA	87,3	78	84,3

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE POMELOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	6.850	6.800	6.900
UE	114	109,6	100
ESPAÑA	81,9	78	84,3

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LIMONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	122,3	86,6	101,8
COMUNIDAD VALENCIANA	268	242,8	344,6
MURCIA	641,3	546,4	706,4
OTRAS CCAA	13,4	11,2	15,1
TOTAL ESPAÑA	1.045	887	1.759,8

FUENTE: MAPA

de Agricultura del gobierno norteamericano, aumentó la producción de naranjas, mandarinas, limones y pomelos.

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 2023, se exportaron 3 millones de toneladas en total, un volumen inferior en 560.000 toneladas al del año anterior, según datos de Comercio, que hacen referencia al año natural, no a la campaña de comercialización.

De estas ventas totales, 1,25 millones de toneladas fueron naranjas; 1,05 millones mandarinas; 66.300 toneladas pomelo y 614.800 toneladas limones. En todos los casos, los volúmenes resultaron inferiores a los del año anterior, excepto en el caso del pomelo.

Las importaciones, por su parte, también fueron mayores que un año antes en naranjas (se compraron 218.200 toneladas, un 12% más), mandarinas (45.944 toneladas) y pomelos (6.981 toneladas). Sin embargo, en 2023 descendió la compra de limones en el exterior: desde 74.504 a 68.282 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, 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

PRODUCCIONES DE LIMONES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	9.900	9.775	10.000
UE	1.626	1.489	1.700
ESPAÑA	1.047,3	887	1.759,8

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA. Incluido lima a nivel mundial y en la UE

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 destriós, a elaborar mermeladas, jaleas, confituras y cortezas para la pastelería.

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 de la cosecha mundial. Otros países con grandes producciones son Turquía, China e Irán. España ocupa el noveno lugar en la producción mundial de este tipo de frutos.

La producción española de frutos secos resulta muy variable de año en año debido a la incidencia de las heladas, que afectan a la floración y al posterior cuajado del fruto. Este problema afecta a los principales países productores, lo que determina grandes oscilaciones de precios.

Los frutos secos son uno de los cultivos que mejor se adapta a los métodos de producción ecológica.

ALMENDRAS Y AVELLANAS

El almendro, el avellano, el castaño y el nogal son las cuatro variedades de frutales de fruto seco que más superficie ocupan en España. Mientras el cultivo de los dos primeros se ha ido reduciendo progresivamente en las últimas décadas, más en el caso del avellano que en el del almendro, el cultivo del nogal está en auge.

En 2023 había cerca de 765.036 hectáreas dedicadas al cultivo del almendro, de las cuales 644.000 hectáreas eran de almendros para uso comercial y el resto tierras abandonadas o no comerciales, según datos del Ministerio de Agricultura.

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

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.

PRINCIPALES PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE FRUTOS SECOS
(Miles de toneladas)

PRODUCTO	2021	2022	2023
ALMENDRAS (CÁSCARA)	371,5	263,6	300,9
CASTAÑAS	187,7	174,0	32,6
AVELLANAS (CÁSCARA)	7,9	8,2	6,8
NUEZ (CÁSCARA)	18,9	16,7	15,5

FUENTE: MAPA

La producción de almendra en 2023 fue superior a la de la campaña anterior, pues se recogieron 300.900 toneladas en cáscara (un 14% más). La cosecha nacional representó el 50% de la comunitaria, que en 2023 también fue superior a la de 2022.

A nivel mundial, el principal productor de almendras es Estados Unidos (especialmente en California y Florida), que se ha especializado en las variedades mollaras. El desarrollo del almendro en Estados Unidos ha sido espectacular y se ha basado en la mecanización y en la utilización de variedades de elevados rendimientos en plantaciones regulares.

Además, han conseguido importantes reducciones arancelarias de la Unión Europea, que es uno de los principales consumidores mundiales de almendra. Incluso España, donde las importaciones de almendras no eran muy frecuentes, utiliza cada vez más almendra californiana para la elaboración de turrónes, mazapanes y bollería.

En los últimos años, el sector de la almendra ha vivido una auténtica revolución gracias al incremento del consumo mundial y a la llegada de nuevas variedades de almendros más productivos.

No obstante, la evolución del cultivo depende mucho de las condiciones climáticas de los primeros meses del año.

Respecto a la avellana, había al acabar 2023 unas 15.079 hectáreas de avellanos en España, de las que 11.300 hectáreas estaban en producción. Casi toda la producción se concentra en Cataluña, y más concretamente en Tarragona. La cosecha de 2023 fue peor que la del año anterior (17% menos), pues se produjeron 6.800 toneladas en cáscara.

De todas formas, el cultivo del avellano ha ido desapareciendo de muchas tierras debido a que es poco rentable para los agricultores.

Las avellanas son un fruto característico de los países de la cuenca del Mediterráneo. Desde Grecia pasaron a Turquía por el este y a Italia y España por el oeste. Turquía es actualmente el principal productor mundial (67%) e Italia es el principal productor comunitario y segundo a nivel mundial. Las avellanas proporcionan mayores rendimientos en grano (45%) que las almendras.

Almendras, avellanas y los demás frutos secos se suelen recolectar en el hemisferio norte desde finales de verano hasta mediados de otoño. El momento de la cosecha viene determinado en las almendras y otros frutos secos cuando el fruto se abre y deja ver la almendra existente en su interior, que es la capa más interna del fruto.

Dentro de esa cáscara dura está la almendra grano que es la verdadera semilla. Las almendras y avellanas pueden comercializarse en cáscara o en grano, pero cada vez va siendo más infrecuente su venta al público en cáscara, puesto que casi toda la cosecha se descascara para reducir peso inútil. Tan sólo las nueces, cuyo descascamiento suele implicar la rotura de la semilla, se siguen vendiendo tal cual en algunos casos.

NUECES Y CASTAÑAS

En los últimos años se ha registrado en España un significativo aumento del cultivo del nogal. Así, en 2022 había de 12.708 hectáreas dedicadas al nogal de fruto, según datos del Ministerio de Agricultura, y en 2023 ya había registrados 15.285 hectáreas.

El cultivo del nogal está extendido por toda la geografía española, pero destacan por encima del resto regiones como Andalucía o Castilla-La Mancha.

Al igual que sucedió en 2022, la producción de nueces fue mala, pues se recogieron 15.500 toneladas en cáscara, un 7% menos.

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 2023 se

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE NUEZ (CÁSCARA) (Miles de toneladas)

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	2,6	3,5	2,1
CASTILLA-LA MANCHA	1,98	1,85	2
CATALUÑA	2,2	1,6	1,8
EXTREMADURA	3,7	1,2	1,7
GALICIA	1,8	2,5	1,7
OTRAS CCAA	4,8	6	6,2
TOTAL ESPAÑA	18,9	16,7	15,5

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE NUEZ EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas en cáscara)

	2021	2022	2023
MUNDO	2.314,0	2.666	2.666
UE	146	163	150
ESPAÑA	18,9	16,7	15,5

FUENTES: FAO, EUROSTAT, USDA y MAPA

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

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	125,6	102,9	86,5
ARAGÓN	67,7	30,1	51,7
CATALUÑA	2,6	9,7	24,4
CASTILLA-LA MANCHA	44,8	26,1	59,6
EXTREMADURA	26,5	23,3	25,5
COMUNIDAD VALENCIANA	37,9	33,7	23,7
LA RIOJA	5,5	3,3	5,6
MURCIA	36,6	26,8	14,6
NAVARRA	2	2,7	3,4
OTRAS CCAA	22,3	5	5,9
TOTAL ESPAÑA	371,5	263,6	300,9

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE ALMENDRA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas en cáscara)

	2021	2022	2023
MUNDO	7.296,6	6.381	6.555
UE	598	456	642
ESPAÑA	371,5	263,6	300,9

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE CASTAÑAS (CÁSCARA) POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	5,1	4	1,6
CASTILLA Y LEÓN	7,1	4,6	4,6
EXTREMADURA	4,7	4,5	4,5
GALICIA	170	160,2	21,8
OTRAS CCAA	0,8	0,8	0,1
TOTAL ESPAÑA	187,7	174	32,6

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE CASTAÑA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas en cáscara)			
	2021	2022	2023
MUNDO	2.134,8	2.131,2	2.666
UE	200	190	150
ESPAÑA	187,7	174,0	32,6

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA



elevó a 38.500 hectáreas, aunque las que realmente están en producción son algo menos, según datos del Ministerio de Agricultura.

La producción de castaña por su parte se desplomó y quedó en 32.600 toneladas cáscara, un volumen inferior en un 81% al del año precedente. En España, la producción de castaña se concentra principalmente en Andalucía y 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.

PRODUCCIONES DE PISTACHO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas en cáscara)			
	2021	2022	2023
MUNDO	1.214,7	1.026,8	1.068
UE	523,9	400	677
ESPAÑA	24,8	25,8	31

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

PISTACHOS Y PIÑONES

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 2023 la superficie cultivada en España ascendía a 78.495 hectáreas, de las que casi 25.000 están en plena producción, según los datos que publica el Ministerio de Agricultura. Castilla-La Mancha es la región con mayor superficie destinada al pistacho y también la que más produce. En 2023, la cosecha nacional de pistacho se acercó a las 25.000 toneladas.

Finalmente, los piñones son frutos secos de consumo frecuente en España desde tiempos inmemoriales. Los piñones se recolectan en los pinos piñoneros, pero los altos costes de dicha recolección sitúan al fruto tostado y pelado a precios muy altos, que compiten difícilmente con la producción que viene de otros países.

A nivel mundial, además de todos los frutos secos ya citados tienen importancia desde el punto de vista económico el anacardo brasileño, la pecana (nuez americana), la macadamia (australiana y neozelandesa) y el cacahuete o maní (brasileño), etc.

COMERCIO DE FRUTOS SECOS

La balanza comercial del sector de los frutos secos suele tener un saldo negativo, pues España importa mucho más de lo que exporta. Además de avellanas y almendras, que son los frutos que más se comercializan, también se importan del exterior pistachos, anacardos, nueces de Brasil, macadamias y, en general, otras especies que contribuyen a diversificar la oferta de frutos secos en el mercado interior y satisfacer las exigencias de la demanda.

Los frutos secos se suelen consumir directamente, una vez extraída la cáscara. Una buena parte de la

producción de frutos secos se destina a la fabricación de snacks y diversos aperitivos, pero también hay un pequeño consumo, cada vez menor, de almendras y otros frutos recubiertos de azúcar (peladillas, garrafiñadas, etc.).

Sin embargo, el principal destino de los frutos secos es el industrial. Las industrias turroneas, las de mazapanes, la pastelera y la de bollería absorben cada año cerca de 40.000 toneladas de almendras, de las cuales el 70% son de importación, aunque las mejores calidades de turrón y mazapán siguen utilizando almendras nacionales, básicamente de la variedad marcona.

En 2023, entre almendra grano y cáscara se exportaron unas 101.087 toneladas (un 11% menos que en el año anterior), mientras que las importaciones sumaron 126.500 toneladas, la mayor parte con cáscara. El volumen importado fue superior al del año anterior.

El país de procedencia de la mayor parte de la almendra que llega a España es Estados Unidos, que es quien domina el mercado mundial desde sus producciones de California.

Para las avellanas las cifras fueron significativamente inferiores. Así, se exportaron en 2023 un total de 4.635 toneladas con cáscara y 944 toneladas sin cáscara y se importaron 7.528 toneladas, con y sin cáscara, un volumen superior al de 2022.

En este caso, el país que más avellana exportó a España fue Turquía. Precisamente, el mercado exterior de la avellana española ha ido perdiendo importancia en los últimos años porque Turquía controla el mercado mundial, programando sus exportaciones y su industrialización.

Además de las almendras y avellanas, España exportó también unas 2.930 toneladas de nueces 8.250 toneladas de castañas (con y sin cáscara), 3.900 toneladas de pistachos y 131 toneladas de piñones, además de pequeñas cantidades de otros frutos secos.

Igualmente, se compraron en el exterior cantidades importantes de nueces (aproximadamente 29.000 toneladas en 2023, un volumen inferior al importado un año antes), así como también 5.800 toneladas de castañas, 14.715 toneladas de pistachos (con y sin cáscara) y 3.800 toneladas de piñones.

Estados Unidos está entre los países a los que más nueces le compra España y otro país netamente importador es Chile.

DÁTILES

El dátil es el fruto obtenido de las especies de palmeras Phoenix, principalmente de la especie Phoenix dactylifera, llamada popularmente palmera datilera. Existen muchas variedades de dátiles, pero las apreciadas son la sukkari y la zahid.

En España, la superficie de palmeras datileras en producción rondaba en 2023 las 468 hectáreas, la mayor parte de ellas en la Comunidad Valenciana. También había unas cuantas palmeras que se cultivan de forma diseminada en Canarias y Andalucía. La producción de dátiles alcanza las 1.700 toneladas anuales, de las que unas 500 se recogen en la Comunidad Valenciana.

Los dátiles contienen una amplia gama de nutrientes esenciales y son ricos en potasio. El azúcar contenido en dátiles maduros es alrededor del 80%; el resto se compone de proteínas, fibra y oligoelementos incluyendo el boro, cobalto, cobre, flúor, magnesio, manganeso, selenio y zinc.

En muchos países del mundo es considerado un alimento básico y se puede comer como fruto fresco, desecado o preparado en mermeladas, púdines, tortas, jugos, helados, etc.

A nivel mundial, la producción de dátiles supera los 20 millones de toneladas. Los países con mayor producción son Egipto, Arabia Saudita, Irán, Argelia e Irak. En otros países, como Estados Unidos, existe también una buena representación de palmeras datileras en California.

HIGOS CHUMBOS

El higo chumbo es el fruto de la chumbera (*Opuntia ficus-indica*), también conocida como higuera de pala, higuera de indias o tuna.

Es una fruta muy rica en agua, fibra y vitaminas, con bajo contenido calórico, (aporta entre 40 y 50 kilocalorías por cada 100 gramos de porción comestible). Es un alimento muy adecuado para mantener la hidratación del organismo y regular la temperatura corporal, especialmente en los meses de verano. En algunas regiones como Canarias se denominan higos pico o tunos.

La producción estimada por el Ministerio de Agricultura en 2023 fue de 1.600 toneladas, que se produjeron en Canarias, Andalucía, Región de Murcia y la Comunidad Valenciana.

HORTALIZAS

El cultivo de las hortalizas se ha diversificado mucho a lo largo de la historia, aunque las primeras hortalizas de las que se tiene noticia son el ajo y la cebolla, que se cultivaban en Asia hace más de 7.000 años.

Dentro de las producciones agrícolas, el grupo de las hortalizas es sin duda uno de los más variados, pues incluye desde las verduras o plantas de hoja (que se consumen bien crudas o bien cocinadas), a las legumbres verdes (como el guisante, por ejemplo), pasando por los tubérculos (como la patata) y las producciones de fruto y flor (como el pimiento o el calabacín).

Hoy en día se puede encontrar en el mercado una gran variedad de hortalizas de orígenes diversos (local, nacional, importación, etc.) y con distintas presentaciones (frescas, congeladas, deshidratadas, en conserva, etc.). Esta diversificación de la oferta se irá ampliando con toda seguridad en los próximos años.

HORTALIZAS EN ESPAÑA

Si bien la superficie dedicada al cultivo de las hortalizas ha ido perdiendo peso en la agricultura españo-



la, nuestro país sigue siendo una potencia mundial en este tipo de producciones. La merma en la superficie cultivada se ha compensado con un aumento de la productividad por hectárea.

Gracias al escalonamiento de cosechas, en España es posible disponer de una variada oferta de hortalizas durante prácticamente todo el año.

En un mismo terreno se puedan cultivar numerosas hortalizas, a veces asociadas, a veces siguiendo una rotación, o secuencia estacional. Ello permite planificar la oferta y adaptarse con cierta facilidad para campañas sucesivas a la demanda.

De todos modos, la demanda es relativamente estable y generalmente suele adaptarse a la oferta de temporada, que es la que le proporciona hortalizas a mejor precio.

En España se cultivaron en 2023 cerca de 373.000 hectáreas dedicadas a las hortalizas, según datos del Ministerio de Agricultura que no incluyen la superficie de patata. El grueso de estas superficies eran tierras de regadío y había también unas 27.000 hectáreas de invernaderos.

La oferta nacional es rica y variada, con producciones de hoja o tallo (la gran mayoría), de fruto (entre las que sobresale el tomate), de flor (alcachofa, brócoli, etc.), de raíz y bulbo (cebolla, ajo, etc.) y leguminosas (judías y guisantes).

Los cultivos que más superficie ocupan y con mucha diferencia con relación al resto, son el tomate (tanto para consumo fresco como uso industrial), el ajo, la cebolla y el melón.

A efectos de calcular la renta agraria anual, el sector de las hortalizas experimentó un retroceso en el volumen producido del 3,3% respecto al año anterior, así como también un incremento medio de los precios del 12,5%. En estos datos, que publica el Ministerio de Agricultura, están incluidas las aportaciones del sector de las flores y plantas.

El valor generado por todas estas producciones aumentó un 8,8% hasta alcanzar los 13.146,5 millones de euros.

Con relación a la Producción Vegetal Final de España, las hortalizas (patata no incluida) representaron en 2023 el 36,3% y con respecto a la Producción Agraria total, este subsector representó el 20,1%.

TOMATES, LECHUGAS Y CEBOLLA

Dentro de las hortalizas, el tomate en sus diferentes versiones (para consumo en fresco, industria, etc.), es el cultivo que más terreno ocupa: en 2023 un total de 38.925 hectáreas, de las que la mayor parte eran de tomate para uso industrial.

La lechuga, con 33.411 hectáreas, la cebolla y el ajo (con aproximadamente 23.128 hectáreas y 29.802 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.

La producción total de hortalizas en 2023 fue de 15,8 millones de toneladas, según el Ministerio de Agricultura. En este dato, que supuso un aumento considerable con respecto a la producción del año anterior, no está incluida la patata que en algunas estadísticas es considerada como hortaliza, pero sí lo están las producciones de sandía, melón y fresa, que en algunas ocasiones se incluyen junto a las frutas.

Como ya es habitual, la mayor producción hortícola española en 2023 fue la de tomate (con más de 3,9 millo-

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE TOMATE POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	1.763	1.326	1.268,4
ARAGÓN	38,5	37	37,9
BALEARES	8,1	9	8,4
CANARIAS	65,4	53,7	54,3
CASTILLA-LA MANCHA	85,8	90	108,2
CATALUÑA	37,4	33,7	29
COMUNIDAD VALENCIANA	68,2	63,5	58,5
EXTREMADURA	2.212	1.531	1.900
GALICIA	80,7	89,9	76,3
LA RIOJA	9,3	8	10
MURCIA	209	218	220
NAVARRA	174,1	183	181
OTRAS CCAA	3	2	25,8
TOTAL ESPAÑA	4.754,4	3.644,8	3.977,8

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE TOMATE EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	189.281	186.108	186.200
UE	17.861	15.416	15.700
ESPAÑA	4.754,4	3.644,8	3.977,8

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

nes de toneladas, un 9% más que un año antes), entre producción para el consumo en fresco y en conserva (que supone casi la mitad), seguida del pimiento (1,2 millones de toneladas, un 21% menos).

La tercera hortaliza en importancia por su volumen es la cebolla, cuya producción llegó a 1,15 millones de toneladas, frente a los 1,2 millones del año precedente.

Otros cultivos hortícolas emblemáticos de la producción española, como la lechuga, el calabacín, la alcachofa, la zanahoria, la coliflor, la berenjena, el brócoli y el pepino, tuvieron un balance negativo en cuanto a producción. Por el contrario, en 2023 aumentó la producción de ajos (un 18%, hasta superar las 210.600 toneladas).

COMERCIO EXTERIOR DE HORTALIZAS

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 2023, las exportaciones totales alcanzaron un volumen de más de 6 millones de toneladas, inferior a las ventas del año anterior. En esta cifra están incluidas las exportaciones de sandía, melón y fresa, que muchas veces se computan entre las frutas, y no lo está la patata.

La primera posición en el ranking de exportaciones de hortalizas fue para el pimiento, con 795.669 toneladas (volumen inferior al del año anterior), seguido de la lechuga (714.503 toneladas) y el tomate (629.269 toneladas).

El ranking lo completaron el pepino (694.250 toneladas), las coles y el brócoli (500.520 toneladas), el calabacín (352.975 toneladas) y la cebolla (316.843 toneladas).



Por su lado, la importación de hortalizas (sin incluir la patata, pero incluyendo la sandía, el melón y la fresa) ascendió en 2023 a 1.013.688 toneladas. Las lechugas, el tomate y la judía verde fueron los tres productos más importados en volumen, según los datos de Aduanas. En cuanto a los mercados de destino, a la UE se destinaron el grueso de las exportaciones, con Alemania como principal mercado.

HORTALIZAS EN LA UE

El valor alcanzado por las hortalizas comunitarias (sin incluir a la patata) a efectos de calcular la renta agraria se estimó en 2023 en cerca de 71.971 millones de euros. Con respecto a la Producción Agraria final, el sector de las hortalizas de la UE representó el 13,4%.

En la Unión Europea, la producción de hortalizas ronda los 60 millones de toneladas anuales y las tres producciones estrella son el tomate, la cebolla y la zanahoria. También tienen importancia las producciones comunitarias de pepino y calabacín.

A este respecto, el principal cultivo hortícola de la UE es el tomate. En 2023 la producción comunitaria de tomate alcanzó los 15,7 millones de toneladas, muy por debajo del año anterior. De la producción total, algo menos de 6 millones fueron tomates para su consumo en fresco y el resto, tomate para uso industrial.

Por países, la producción de tomate fresco está liderada por España, seguida de Holanda. En tomate industrial destaca Italia, seguida de España. Y en conjunto, otros países con producción de tomate son 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 2023 disminuyó por la bajada de la cosecha española y quedó en 2,57 millones de toneladas.

La Unión Europea importa anualmente 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 vendidas a países no comunitarios en 2023 fueron las cebollas y los ajos. También fueron importantes las ventas al exterior de tomates. Los países de destino del tomate comunitario son Suiza, Rusia y Arabia Saudí.

CHAMPIÑONES Y OTRAS SETAS

El champiñón es un hongo comestible de sombrero globoso o acampanado y pie cilíndrico de color claro, con un anillo en la parte superior. En algunas clasificaciones se incluye esta producción dentro del grupo de las hortalizas.

El cultivo del champiñón nació en Francia aproximadamente a principios del siglo XX (de ahí que se conozca también con el nombre de Seta de París).

Los campesinos franceses fueron los primeros en cultivar —con espectacular éxito— los micelios de este hongo, sembrándolos encima de estiércol de caballo, en cavas, sótanos, bodegas, etc. De Francia pasó a los países vecinos, entre ellos a España.

Actualmente, los sustratos para cultivar los champiñones se preparan de otra forma. Ahora se hacen mezclas higienizadas procedentes de residuos de la agricultura.

Los champiñones son muy productivos y transforman rápidamente la materia orgánica, produciendo en tres o cuatro semanas unos 3 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.

El champiñón aporta poca energía. Después del agua, su principal componente son los hidratos de carbono. También constituyen una buena fuente de fibra, que proporciona sensación de saciedad, aumenta el volumen fecal, mejora el tránsito intestinal y protege frente al cáncer de colon y la enfermedad cardiovascular.

Además, su alto efecto saciante y su bajo contenido calórico convierte al champiñón en un alimento muy útil en dietas hipocalóricas.

Según publica el Ministerio de Agricultura, los champiñones constituyen una buena fuente de aminoácidos esenciales, si lo comparamos con el resto de los vegetales, ya que, aunque en baja cantidad, contienen todos los aminoácidos esenciales.

Dentro de las vitaminas, destaca su contenido en niacina (de hecho es uno de los vegetales con mayor contenido en esta vitamina) y riboflavina y en menor proporción tiamina y vitamina C. En el caso de los minerales, contiene cantidades considerables de potasio, fósforo, selenio e hierro.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, en 2023 se dedicaron al cultivo de champiñones un total de 45.300 hectáreas, mientras que a las setas se dedi-

caron hasta 9.800 hectáreas. La producción total de champiñones, tanto para su consumo en fresco como en conserva, se elevó a 147.800 toneladas, mientras que la de setas quedo en 16.300, toneladas, según las mismas fuentes. Con respecto al año precedente, se registró un aumento de la producción nacional de champiñón (3.000 toneladas más), frente a una caída de las otras setas (6.000 toneladas menos).

La producción de champiñones se concentra en dos regiones: Castilla-La Mancha y La Rioja. No obstante, también hay pequeñas producciones en Navarra, Comunidad Valenciana, Andalucía, Canarias y Baleares.

En la UE, la producción de champiñones y otros hongos comestibles se concentra principalmente en Francia, Italia, Bélgica, Dinamarca, Alemania, Irlanda, Países Bajos, Polonia y Hungría, además de España. En 2023 la producción de hongos comestibles de estos diez países superó los 1,1 millones de toneladas, de los que aproximadamente 700.000 toneladas se comercializaron en fresco.

Polonia es el primer país productor de setas de la UE, que destina en su mayor parte a la exportación. Las ventas exteriores de la UE se han desarrollado mucho en los últimos años gracias a los envíos a Estados Unidos.

PATATA Y OTROS TUBÉRCULOS

La patata o papa es el tubérculo es una especie herbácea perteneciente a la familia de las solanáceas, 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 su uso gastronómico.

Los españoles pusieron de moda la patata como producción agrícola de consumo masivo. Hoy, este tubérculo es un alimento básico cultivado principalmente en las regiones templadas de todo el mundo y que está presente en el mercado durante todo el año.

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).

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS PATATA FRESCA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Patatas Hijolusa	133
Patatas Meléndez S.L	120
UDAPA S.C (Grupo)*	77,4
IBÉRICA de Patatas Selectas, S.L	75
Grupo G.V El Zamorano, S.A	62
Patatas Gómez S.L	50
Comercial Agrícola Riojana S.A (CARSA)	48,4
Almacenes Rubio SA*	33,5
Patatas Aguilar, S.A *	32
Almacenes Amutio S.L*	26

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023.

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

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	314	298,1	254,6
ARAGÓN	12	12,7	15,1
ASTURIAS	7	7,7	5,8
BALEARES	45	40,2	39,5
CANARIAS	73	111,2	95,4
CANTABRIA	3,4	4,4	5,2
CASTILLA Y LEÓN	809	710,9	807,3
CASTILLA-LA MANCHA	54	45,1	45,1
CATALUÑA	22	19,4	14,4
COMUNIDAD VALENCIANA	75	73,4	79,3
EXTREMADURA	30	23,1	26,1
GALICIA	380	285,2	321,7
LA RIOJA	38	29,5	30,5
MADRID	29	8,0	11,1
MURCIA	163	158,6	162,4
NAVARRA	8	8,7	8,9
PAÍS VASCO	18,7	45,7	53,9
TOTAL ESPAÑA	2.081,1	1.881,9	1.976,3

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	373.787	374.778	377.000
UE	50.455	47.493	49.875
ESPAÑA	2.081,1	1.881,9	1.976,3

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE TUBÉRCULOS (Miles de toneladas)

	2021	2022	2023
PATATA EXTRATEMPRANA	80,9	82,3	80,7
PATATA TEMPRANA	440,7	430,0	386,9
PATATA DE MEDIA ESTACIÓN	836,7	737,4	797,7
PATATA TARDÍA	722,7	632,2	711
PATATA TOTAL	2.081,1	1.881,9	1.976,3

FUENTE: MAPA



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.



Es una buena fuente de vitamina C, si bien una parte considerable de la misma puede perderse durante el proceso de cocción. También aporta vitamina B6 y minerales como fósforo, hierro y magnesio, si bien, los aportes más significativos son los de potasio (25%). Éstos aportes, unidos a un escaso contenido en sodio, la convierten en un alimento recomendable en caso de hipertensión o afecciones cardiovasculares, por sus propiedades diuréticas y vasodilatadoras.

PRODUCCIÓN NACIONAL

La producción de patata en 2023 aportó cerca del 1,42% de la Producción Final Agraria y el 2,4% de la Producción Vegetal, según datos del Ministerio de Agricultura. Estos porcentajes fueron en ambos casos superiores a los del año anterior.

Al contrario que en el año anterior, en 2023 la producción de patata creció en volumen un 5%, hasta 1,97 millones de toneladas, al tiempo que los precios subieron de media un 15,5%.

Con estos datos, el valor generado por este sector a efectos de calcular la Producción Final Agraria (PFA) se incrementó un 21,3% y se situó en 905 millones de euros a precios corrientes.

La superficie de cultivo también se incrementó en 2023. Se sembraron 62.000 hectáreas en todo el territorio nacional, unas 2.000 más que un año antes.

Aunque la producción está extendida por todo el territorio nacional, las comunidades con mayor cosecha de patata en 2023 fueron Castilla y León (41% del total), Galicia (16,3%), Andalucía (12,9%) y la Región de Murcia (8,2%).

Por variedades, en 2023 se registraron descensos en las campañas de extratemprana y temprana, al tiempo que hubo aumentos en las cosechas de media estación y tardía.

La producción de media estación fue la mayor de todas las cosechas, pero quedó en 798.000 toneladas, muy por debajo del millón de toneladas de campañas anteriores. En 2023, el aumento de la producción de patata tardía hizo posible que se redujera la tradicional diferencia en volumen con respecto a la producción de media estación.

Parte de la superficie destinada en España al cultivo de patata es ecológica. De acuerdo con los datos del Ministerio de Agricultura, al comenzar el año había registradas 1.500 hectáreas de tubérculos y otras raíces.

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

PRODUCTO	2021	2022	2023
AJOS	315,7	177,9	210,6
ALCACHOFAS	208,8	199,8	187,9
BERENJENA	265,3	276,3	263,7
BRÓCOLI	535,4	501,5	488,1
CALABACINES	638,2	617,7	560,3
CEBOLLAS	1.453,4	1.222,6	1.157
COLIFLORES	206,9	181	161,2
JUDÍAS VERDES	147,2	134,1	124,2
LECHUGAS	1.063,8	966,5	918,6
PEPINOS	745,9	769,9	748,7
PIMIENTOS	1.508,20	1.572,9	1.241
TOMATES	4.754,4	3.644,8	3.977,8
ZANAHORIAS	428,7	387,9	324,9

FUENTE: MAPA

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

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	451,9	315,5	237
CANARIAS	32,6	37,6	36,6
CASTILLA-LA MANCHA	62,1	68,1	60,2
CATALUÑA	20,5	19,2	10,9
COMUNIDAD VALENCIANA	29,8	57,4	48,8
MURCIA	421,2	411,5	505
OTRAS CCAA	58,6	59,2	20,1
TOTAL ESPAÑA	1.063,8	966,5	918,6

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	27.236	27.149	27.100
UE	3.783	3.526	3.500
ESPAÑA	1.063,8	966,5	918,6

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

La producción de patata ecológica está distribuida por toda la geografía nacional, en mayor o menor medida. Andalucía es la región con mayor superficie, seguida de Castilla y León.

COMERCIO EXTERIOR

Respecto al comercio exterior, como es habitual España volvió a ser un país netamente importador de patata en 2023, con un volumen de 1,09 millones de toneladas y un valor de 472 millones de euros. En cuanto a las exportaciones españolas de patata, ese año aumentaron un 9% las salidas en volumen, hasta 390.600 toneladas, por un valor de 205 millones de euros.

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

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	22,4	20,6	14,9
CATALUÑA	7,7	11	7,2
COMUNIDAD VALENCIANA	66,8	75	65,6
LA RIOJA	2	2,1	2,5
MURCIA	94,8	78,5	86,4
NAVARRA	11,7	9,5	9,3
OTRAS CCAA	3,4	3,1	2
TOTAL ESPAÑA	208,8	199,8	187,9

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	16.603	15.845	15.800
UE	637,4	630,4	620
ESPAÑA	208,8	199,8	187,9

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	1.104,2	1.123,7	882
ARAGÓN	1,2	2,4	1,2
CANARIAS	18,4	15,6	17,5
CASTILLA-LA MANCHA	43,4	43,2	30
CATALUÑA	4,6	4,7	3,1
COMUNIDAD VALENCIANA	68,8	55,8	55
EXTREMADURA	51,1	23	17
GALICIA	71	71	50
LA RIOJA	5,5	6,3	5,6
MURCIA	173,6	185,6	144
NAVARRA	21	33,5	30,1
OTRAS CCAA	8,3	8,1	6
TOTAL ESPAÑA	1.508,2	1.572,9	1.241

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	36.338	36.973	36.900
UE	3.200	3.109	3.100
ESPAÑA	1.508,2	1.572,9	1.241

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	27	27,3	26,2
CATALUÑA	4,3	4,3	3,4
COMUNIDAD VALENCIANA	5,4	4,3	3,7
GALICIA	48,2	49,7	47
LA RIOJA	19	16,1	18,0
OTRAS CCAA	43,3	32,4	25,9
TOTAL ESPAÑA	147,2	134,1	124,2

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	13.145	13.756	13.750
UE	1.134	978	970
ESPAÑA	147,2	134,1	124,2

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	215	148,1	116,1
ARAGÓN	92	95,4	88,4
BALEARES	4	3,4	3,4
CANARIAS	9	8,2	8,3
CASTILLA Y LEÓN	84	83,3	95,1
CASTILLA-LA MANCHA	749	605,5	599,1
CATALUÑA	40	34,9	25,3
COMUNIDAD VALENCIANA	94	82,5	70,8
EXTREMADURA	2	2,2	3,4
GALICIA	32	32,7	29,8
LA RIOJA	3	1,7	3,7
MADRID	45	58,2	49,7
MURCIA	48	40	36,8
NAVARRA	30	22,4	23,4
OTRAS CCAA	6,4	4,1	3,7
TOTAL ESPAÑA	1.453,4	1.222,6	1.157

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	106.749	110.616	110.600
UE	7.276	6.261	6.200
ESPAÑA	1.453,4	1.222,6	1.157

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PATATAS EN LA UE Y EN EL MUNDO

En la Unión Europea, la importancia económica del sector de la patata dentro de la agricultura es mucho mayor que en España. A efectos de calcular la renta agraria anual, la patata representó en 2023 el 3,6% del valor de la Producción Agraria final. El valor aportado por este subsector a la renta agraria comunitaria alcanzó los 19.300 millones de euros.

La producción total de la UE ascendió a 49,8 millones de toneladas. Junto con España, los países con mayor producción de patata son Francia (16% del total), Holanda (13%) y Alemania (12%). Otros países con producción importante de patata en la UE son Irlanda y Bélgica.

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

A nivel mundial, la producción de patata en 2023 superó los 377 millones de toneladas, un volumen superior al del año anterior. Además de la Unión Europea, son grandes países productores de patata China (aproximadamente el 20% del total mundial), India y Estados Unidos.

BONIATO, BATATA Y CHUFA

Además de la patata, que es el tubérculo por excelencia más cultivado en España, también hay pequeñas producciones agrarias dentro de esta 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.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, en 2023 se sembraron 594 hectáreas de batata; 488 hectáreas de chufa y 52 hectáreas de otros tubérculos. Con relación a las siembras del año anterior, se produjo un aumento de la superficie dedicada a la chufa, frente a un retroceso de la dedicada a la batata.

La chufa es un pequeño tubérculo con forma de nudos que procede de las raíces de la juncia avellanada (*Cyperus esculentus*). Asimismo, es la base para elaborar la horchata valenciana, una bebida refrescante que también se consume como postre.

La producción anual de chufa ronda las 12.000 toneladas, mientras que la de batata se aproxima a las 6.000 toneladas, que se producen fundamentalmente en Canarias y en Andalucía (Málaga). Por su lado, también se recogen en España cerca de 90.000 toneladas de boniatos. ■

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

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	230,8	243,1	237
CATALUÑA	3,8	3,4	3,5
COMUNIDAD VALENCIANA	12,6	12,7	9,2
EXTREMADURA	4,4	2,4	2,5
OTRAS CCAA	13,7	14,7	11,5
TOTAL ESPAÑA	265,3	276,3	263,7

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	58.705	59.313	59.200
UE	875	838	800
ESPAÑA	265,3	276,3	263,7

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	530,4	512,9	457,8
BALEARES	3,9	3,8	3,8
CANARIAS	23,2	23,5	23,5
CATALUÑA	7,9	6,5	5,2
COMUNIDAD VALENCIANA	18,8	20,6	21,0
NAVARRA	7,2	8,8	8,6
GALICIA	6,9	7,2	6,4
MURCIA	18,8	20,6	21
OTRAS CCAA	21,1	13,8	13
TOTAL ESPAÑA	638,2	617,7	560,3

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	23.309	22.806	22.800
UE	2.702	2.629	2.600
ESPAÑA	638,2	617,7	560,3

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

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

	2021	2022	2023
MUNDO	41.922	42.233	42.200
UE	5.246	4.412	4.350
ESPAÑA	428,7	387,9	324,9

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE ZANAHORIAS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	163	159,9	94,2
CASTILLA Y LEÓN	207,5	169,9	177,5
CASTILLA-LA MANCHA	20,1	19,4	16,9
COMUNIDAD VALENCIANA	11,6	11,6	10,4
GALICIA	2,5	1,3	2,6
LA RIOJA	11,1	9,3	10,2
OTRAS CCAA	12,9	16,5	13,1
TOTAL ESPAÑA	428,7	387,9	324,9

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE PEPINOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	671,6	702,8	680,1
CANARIAS	17,6	22,7	22,7
CATALUÑA	6,5	5,9	4,8
COMUNIDAD VALENCIANA	6,3	5,9	5,7
EXTREMADURA	3,3	3,2	3
MADRID	13,5	1,1	1,5
MURCIA	19,6	20,3	26
NAVARRA	0,2	0,5	0,2
OTRAS CCAA	7,3	7,5	4,7
TOTAL ESPAÑA	745,9	769,9	748,7

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE PEPINOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	92.613	94.718	94.700
UE	2.844	2.694	2.570
ESPAÑA	745,9	769,9	748,7

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE AJOS POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	71,4	58,1	36,9
CASTILLA-LA MANCHA	201,8	77	138,1
CASTILLA Y LEÓN	19,2	18	17,8
OTRAS CCAA	23,3	24,8	17,8
TOTAL ESPAÑA	315,7	177,9	210,6

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE AJOS EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	29.028	29.149	29.150
UE	469	402	450
ESPAÑA	315,7	177,9	210,6

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE COLIFLORES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	42,1	39,1	37,4
CATALUÑA	8,7	8,9	9
COMUNIDAD VALENCIANA	36,3	37,9	37
LA RIOJA	9,5	6,6	8
MURCIA	50,5	39,6	31,2
NAVARRA	35,3	24,8	18,1
OTRAS CCAA	24,4	24,1	20,5
TOTAL ESPAÑA	206,9	181	161,2

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE COLIFLORES EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	25.970	26.058	26.000
UE	2.160	1.969	1.960
ESPAÑA	206,9	181	161,2

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT. Los datos de la UE incluyen brócoli

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE BRÓCOLI POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	57,1	52,6	48,1
CASTILLA-LA MANCHA	26,2	22,9	33
COMUNIDAD VALENCIANA	64,1	68,8	66,8
EXTREMADURA	54,4	52,2	50,7
MURCIA	238	202,3	198,6
NAVARRA	59,6	70,2	56,8
OTRAS CCAA	36	32,5	34,1
TOTAL ESPAÑA	535,4	501,5	488,1

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE BRÓCOLI EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
*MUNDO	25.970	26.058	26.000
*UE	2.160	1.969	1.015
ESPAÑA	535,4	501,5	488,1

FUENTES: MAPA, FAO Y EUROSTAT. * Incluye coliflor

FRUTAS Y HORTALIZAS

El peso del sector hortofrutícola en la producción agrícola española es muy grande, así como también en la exportación y el empleo agrario. España es la primera potencia productora dentro la Unión Europea (UE) y la octava del mundo, mientras que también es uno de los países del mundo que más fruta y verdura exporta. La producción de frutas y hortalizas está presente en todas las Comunidades Autónomas.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

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.

En España había en 2023 cerca 480 organizaciones de productores de frutas y hortalizas, así como también 12 asociaciones que integran a organizaciones de productores. Dentro de las organizaciones de productores las hay de ámbito supraautonómico y de distintas categorías y grados. Asimismo, trabajaban en el sector unos 10.000 operadores, entre centrales de manipulado, comercializadoras, etc.

Por su lado, el INE en su directorio de empresas cifraba en 1.318 empresas dedicadas al procesado y conser-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
ANECOOP, S.COOP	817,7
Sanlúcar Fruit, S.L. Grupo*	720
Grupo Eurobanan*	618
Citrico Global, S.L	610
Coop. Unica Group	575
Grupo Nufri	500
García Aranda, S.L*	390
Hermanos Fernández López, S.A.U*	365,4
Agroponiente, S.A-Grupo	340
AM Fresh Group	119

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

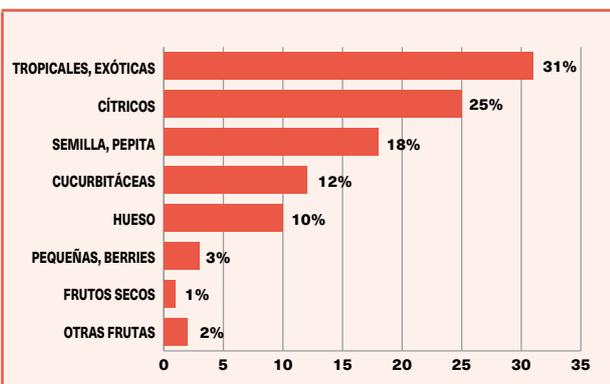
vación de frutas y hortalizas, número inferior al del año anterior. De éstas, 211 no tenían asalariados y sólo 6 tenían más de 1.000 trabajadores.

El sector hortofrutícola genera alrededor de 400.000 puestos de trabajo directos y 80.000 indirectos 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.



COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS EN LA RED DE MERCAS 2023
(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 *Aparte algunas cantidades de Frambuesa, Mora, Grosella ...	3%
Frutos secos Castaña, Nuez, Dátil, Cacahuete, Almendra, Pistacho, Avellana ...	1%
Otras Frutas	2%



COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS / 2023

MERCAS	TONELADAS	% SOBRE EL TOTAL
MERCALICANTE	272.914	4,0
MERCASTURIAS	63.012	0,9
MERCABADAJEZ	2.899	0,0
MERCABARNA	2.244.296	33,1
MERCABILBAO	229.409	3,4
MERCACORDOBA	47.048	0,7
MERCAGALICIA	6.824	0,1
MERCAGRANADA	142.655	2,1
MERCAIRUÑA	24.281	0,4
MERCAJEREZ	31.254	0,5
MERCALASPALMAS	154.420	2,3
MERCALEON	15.855	0,2
MERCAMADRID	2.054.819	30,3
MERCAMALAGA	252.925	3,7
MERCAMURCIA	103.444	1,5
MERCAOLID	136.321	2,0
MERCAPALMA	180.835	2,7
MERCASALAMANCA	35.707	0,5
MERCASANTANDER	25.158	0,4
MERCASEVILLA	315.053	4,6
MERCATENERIFE	85.706	1,3
MERCAVALENCIA	197.515	2,9
MERCAZARAGOZA	166.949	2,5
TOTAL RED	6.789.300	100,0

FUENTE: Mercasa.



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 2023 una facturación superior a los 817 millones de euros. El segundo grupo en el ranking de las primeras diez empresas se acercó a los 720 millones de euros, mientras que el tercero se acercó a los 618 millones de euros; el cuarto se situó en los 610 millones de euros y el quinto alcanzó los 575 millones de euros.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL MAYORISTA

Respecto a la estructura empresarial que forma el eslabón mayorista, la Red de Mercas cuenta con unas 965 empresas mayoristas hortofrutícolas, que en 2023

comercializaron 6,82 millones de toneladas de frutas, hortalizas y patatas. Por subgrupos, de las ventas totales 3,67 millones de toneladas fueron frutas; 2,07 millones de toneladas fueron hortalizas y 1,07 millones de toneladas fueron patatas. El valor global de estas ventas ascendió en 2023 a 10.277 millones de euros.

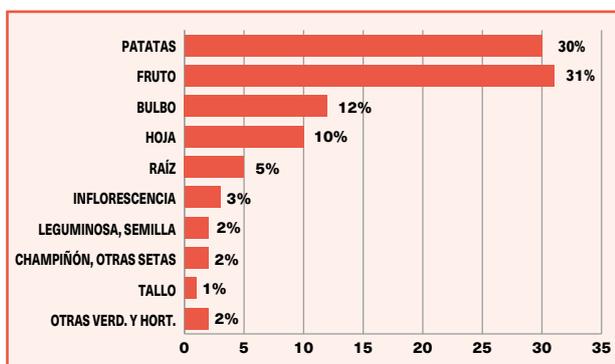
Las empresas mayoristas ubicadas en la Red de Mercas operan en un marco de competencia, transparencia de mercado, seguridad en las relaciones contractuales y formación de precios, para atender a un amplio colectivo de compañías detallistas en todos los formatos: más de 100.000 comercios especializados en toda España (en más de un 70% agrupados en mercados municipales); las cadenas de supermercados regionales y nacionales (que en mayor o menor medida también se abastecen del colectivo de empresas que operan desde la Red de Mercas) y las empresas de hostelería, restauración y consumo institucional.

La mayoría de las empresas están asociadas en distintas organizaciones y asociaciones, cuyo objetivo es la representación y gestión de diferentes servicios necesarios para su actividad. ■



COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS Y PATATAS EN LA RED DE MERCAS 2023 (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 2023, los hogares españoles consumieron 2.288,7 millones de kilos de hortalizas frescas y gastaron 5,375,0 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 48,9 kilos de consumo y 114,9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los tomates (11,2 kilos por persona y año), lo que representa un 22,9% del consumo total de hortalizas frescas, seguido de las cebollas (6,0 kilos per cápita y 12,3% del consumo total) y de los pimientos (4,0 kilos per cápita y 8,2% de consumo). Por su parte, las lechugas, escarolas y endivias representan consumos menores, alcanzando los 3,5 kilos por persona al año (7,1% del consumo total de hortalizas frescas).

En términos de gasto, los tomates concentran el 22,2%, con un total de 25,5 euros por persona, seguido de las cebollas, con un porcentaje del 9,4% y 10,8 euros por persona y de las lechugas, escarolas y endivias, con el 9,2% y un total de 10,6 euros por persona. A continuación, se encuentra el pimiento, que alcanza el 8,5% del gasto total en hortalizas frescas (9,8 euros por persona).



CONSUMO Y GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	2.288,7	48,9	5.375,0	114,9
TOMATES	525,1	11,2	1.192,4	25,5
CEBOLLAS	281,5	6,0	504,1	10,8
AJOS	29,3	0,6	140,2	3,0
COLES	56,9	1,2	83,7	1,8
PEPINOS	92,6	2,0	160,1	3,4
JUDIAS VERDES	59,3	1,3	246,8	5,3
PIMIENTOS	188,1	4,0	460,7	9,8
CHAMPIÑONES Y OTRAS SETAS	50,9	1,1	251,6	5,4
LECHUGA, ESCAROLA Y ENDIVIA	163,2	3,5	494,9	10,6
ESPARRAGOS	22,0	0,5	72,5	1,5
VERDURAS DE HOJA	53,8	1,2	162,5	3,5
ACELGA	36,3	0,8	85,6	1,8
BERENJENAS	67,6	1,4	123,1	2,6
ZANAHORIAS	140,6	3,0	191,8	4,1
CALABACINES	165,7	3,5	279,4	6,0
OTRAS HORTALIZAS Y VERDURAS	392,1	8,4	1.011,1	21,6
BROCOLI	44,7	1,0	95,5	2,0
ALCACHOFAS	35,9	0,8	94,0	2,0
APIO	18,6	0,4	31,1	0,7
COLIFLOR	25,8	0,6	48,7	1,0
VERDURAS Y HORTALIZAS IV GAMA	146,3	3,1	569,9	2,8
PUERRO	38,2	0,8	132,9	12,2

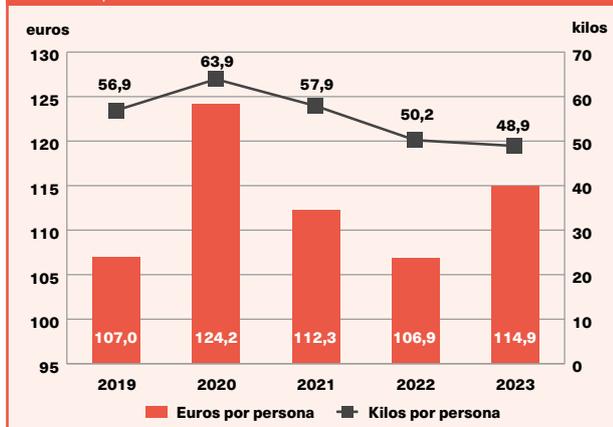
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de hortalizas frescas ha contado con distintas oscilaciones que suponen un descenso final de 8,0 kilos por persona mientras que el gasto ha experimentado un incremento de 7,9 euros per cápita, con una influencia notable del año 2020 motivada por los efectos de la COVID-19. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (63,9 kilos), mien-

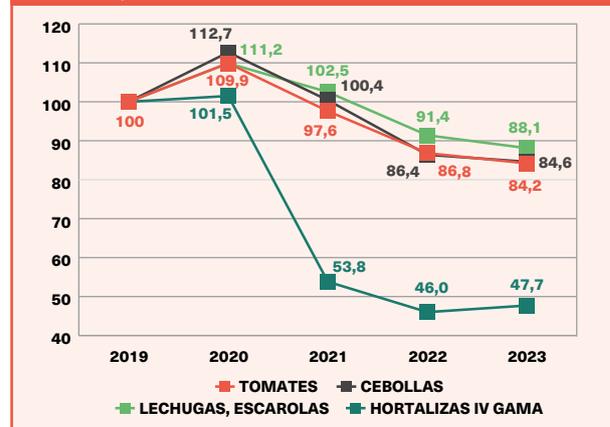
tras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2020 (124,2 euros por consumidor).

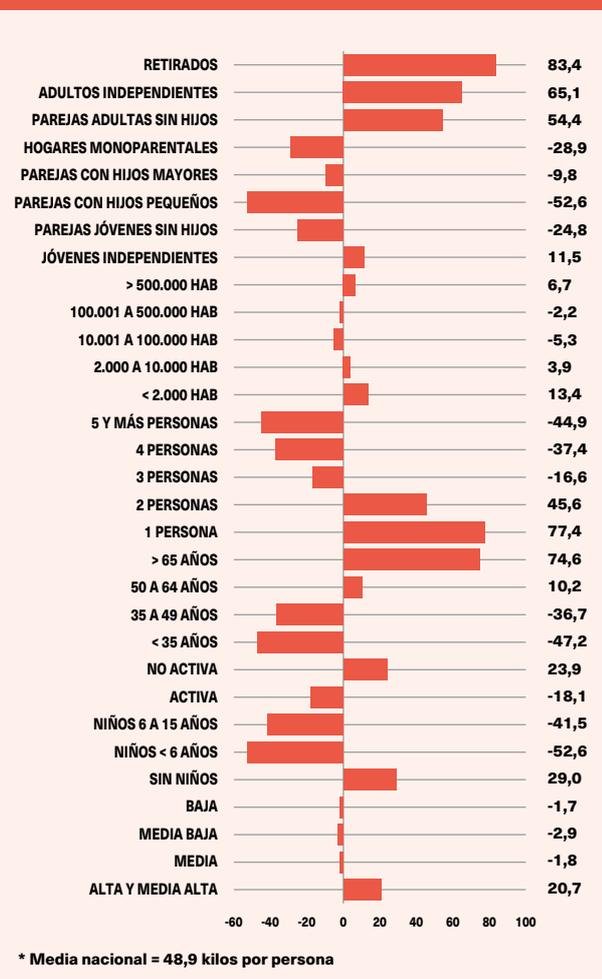
En la familia de hortalizas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido relativamente parejo en tomates, cebollas y lechugas, escarolas y endivias. Respecto a la demanda de 2019, el consumo de todos los productos analizados ha disminuido.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN HORTALIZAS FRESCAS, 2019-2023



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE HORTALIZAS FRESCAS (2019=100), 2019-2023



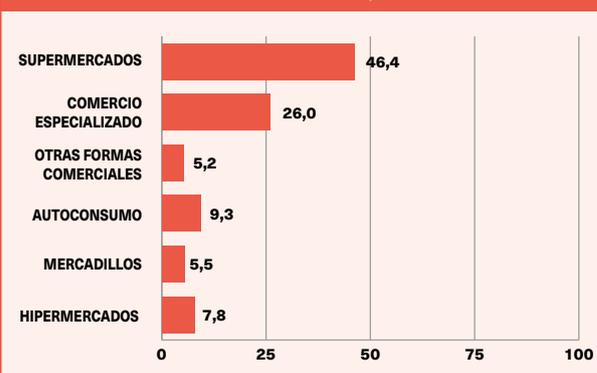
DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE HORTALIZAS FRESCAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de hortalizas frescas durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

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

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de hortalizas frescas a los supermercados (46,2% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 26,0%, mientras que los hipermercados concentran el 7,8%. El autoconsumo, por su parte, supone el 9,3%, mientras que los mercadillos acaparan el 5,5%. Las otras formas comerciales representan el 5,2% restante.

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS FRESCAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023


mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.

- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de hortalizas frescas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de 10.001 a 100.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, y en el caso de las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Aragón, Navarra y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Cantabria, Asturias y La Rioja. ■

CONSUMO Y GASTO EN PATATAS

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 1.226,2 millones de kilos de patatas y gastaron 1.553,9 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 26,2 kilos de consumo y 33,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las patatas frescas (18,2 kilos por persona y año), seguido de las pa-

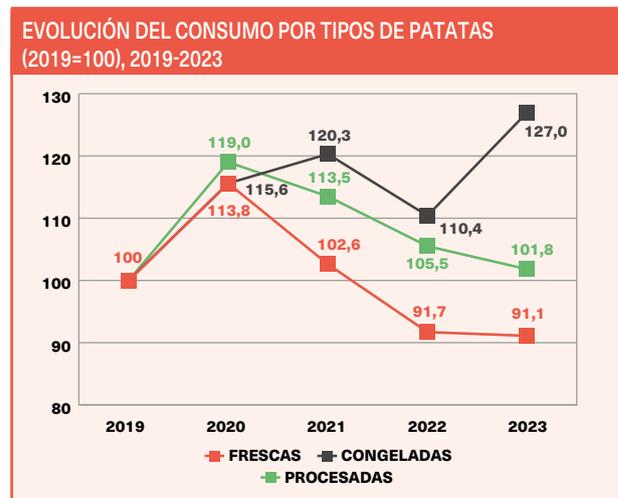
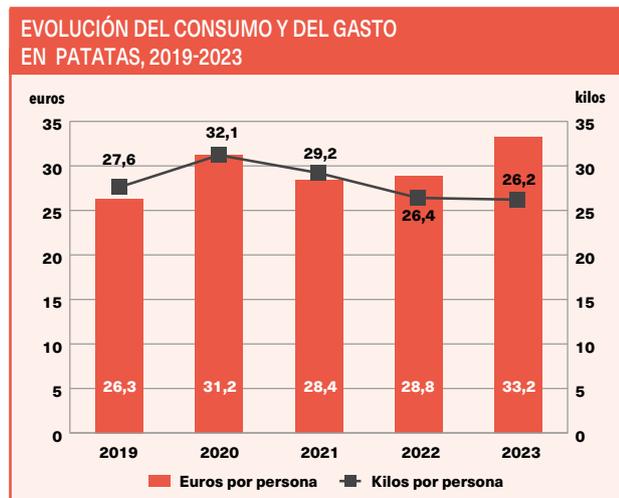
tatas procesadas (1,4 kilos per cápita) y de las patatas congeladas (1,2 kilos per cápita). En términos de gasto, las patatas frescas concentran el 62,6%, con un total de 20,8 euros por persona, las patatas procesadas el 30,76, con un total de 10,2 euros por persona, y las patatas congeladas, con un porcentaje del 6,8% y 2,3 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN PATATAS DE LOS HOGARES, 2023				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PATATAS	1.226,2	26,2	1.553,9	33,2
PATATAS FRESCAS	852,2	18,2	971,6	20,8
PATATAS CONGELADAS	54,0	1,2	106,1	2,3
PATATAS PROCESADAS	64,0	1,4	476,2	10,2
PATATAS FRITAS	53,6	1,1	454,8	9,7

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos años, el consumo y el gasto de patatas ha contado con distintas oscilaciones tanto al alza como a la baja; en el año 2020 se produce un notable ascenso derivado de los efectos de la COVID-19 pero se ha ido diluyendo en los ejercicios siguientes. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2020 (32,1 kilos) aunque el gasto más significativo se genera en el año 2023 (33,2 euros por consumidor).

En la familia de patatas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido bastante parecida en las distintas variedades. Respecto a la demanda de 2019, 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

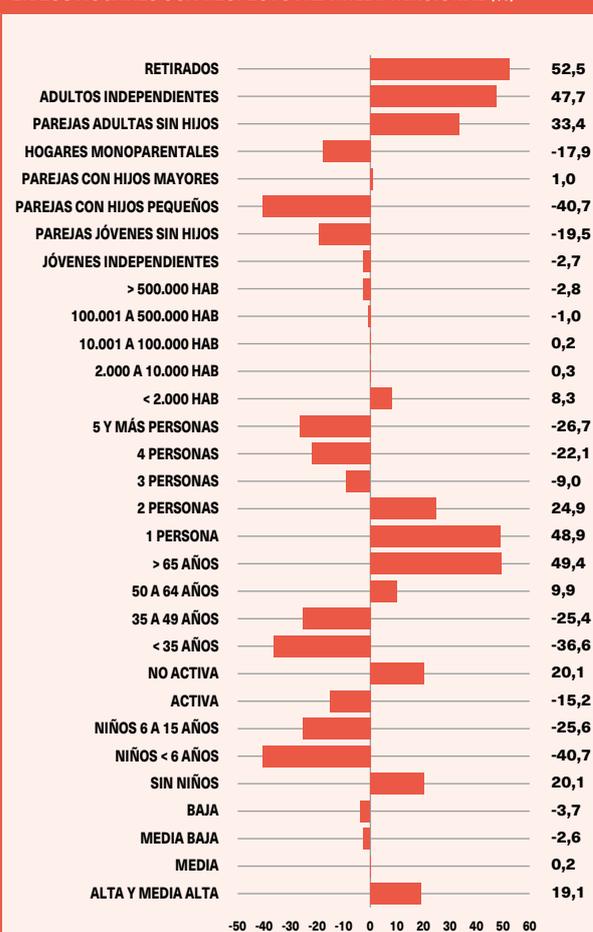
En términos per cápita, el consumo de patatas durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de patatas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de patatas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de patatas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de patatas, mientras que los índices se van reduciendo, alcanzándose los niveles menores en los hogares con cinco o más miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con el mayor consumo per cápita de patatas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los centros urbanos de más de 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, las parejas con hijos mayores, los jóvenes independientes 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

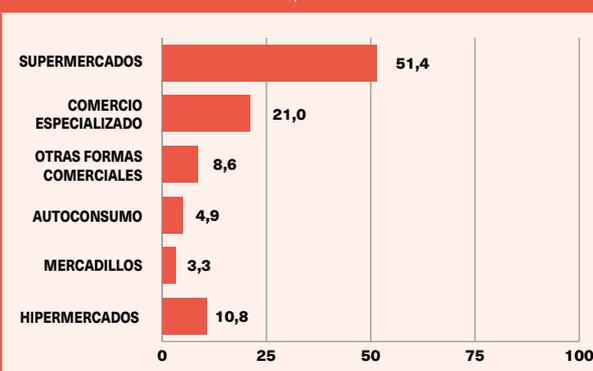
En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de patatas a los supermercados (51,4% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 21,0%, mientras que el hipermercado concentra el 10,8%. El autoconsumo representa un 4,9%, mientras que los mercadillos tienen una cuota de mercado del 3,3%. Las otras formas comerciales acaparan el 8,6% restante. ■

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



* Media nacional = 26,2 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PATATAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS FRESCAS

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 3.672,8 millones de kilos de frutas frescas y gastaron 7.508,7 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 78,5 kilos de consumo y 160,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las naranjas y mandarinas (16,7 kilos por persona y año), lo que representa un 21,3% del consumo total de frutas frescas, seguido de los melones y sandías (13,4 kilos per cápita y 17,1% del consumo total), de los plátanos (13,0 kilos per cápita y 16,6% de consumo) y de las manzanas (8,2 kilos per cápita y 10,4% de consumo).

En términos de gasto, las naranjas y mandarinas concentran el 16,2%, con un total de 26,0 euros por persona, seguido de los plátanos, con el 13,9% y un total de 22,4 euros por persona. A continuación, se encuentran las manzanas, con un porcentaje del 9,2% y 14,7 euros por persona al año; y los melones y sandías, que alcanzan el 10,7% del gasto total en frutas frescas (17,2 euros por persona).



CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL FRUTAS FRESCAS	3.672,8	78,5	7.508,7	160,5
NARANJAS	540,7	11,6	731,7	15,6
MANDARINAS	236,6	5,1	484,6	10,4
LIMONES	84,9	1,8	165,2	3,5
PLÁTANOS	608,4	13,0	1.043,6	22,3
MANZANAS	385,8	8,2	689,4	14,7
PERAS	174,0	3,7	353,3	7,6
MELOCOTONES	107,5	2,3	255,4	5,5
NÉCTARINAS	77,0	1,6	158,7	3,4
ALBARICOQUES	31,1	0,7	87,5	1,9
FRESAS Y FRESONES	99,6	2,1	399,9	8,5
MELÓN	297,0	6,3	415,3	8,9
SANDÍA	331,8	7,1	386,7	8,3
CIRUELAS	52,1	1,1	132,0	2,8
CEREZAS	39,9	0,9	211,4	4,5
UVAS	93,9	2,0	336,8	7,2
KIWI	111,7	2,4	427,6	9,1
AGUACATE	87,3	1,9	369,3	7,9
PIÑA	69,2	1,5	145,8	3,1
OTRAS FRUTAS FRESCAS	244,3	5,22	714,5	15,3
FRUTAS IV GAMA	128,9	2,8	308,6	6,6

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

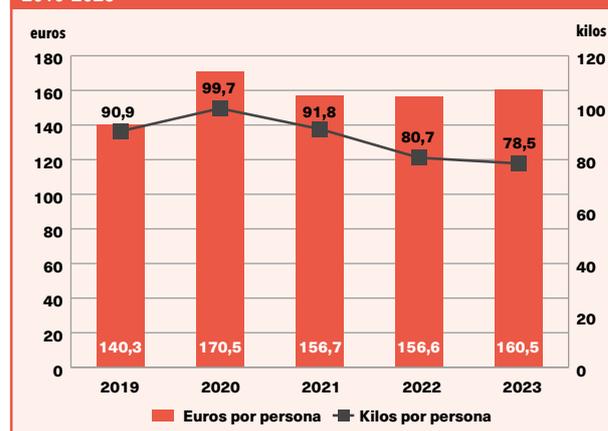
En términos per cápita, el consumo de frutas frescas durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de frutas frescas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutas frescas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutas frescas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutas frescas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en núcleos urbanos entre 10.000 y 100.000 habitantes cuentan con menor consumo per cápita de frutas frescas, mientras que los mayores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de más de 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, entre las parejas jóvenes sin hijos y jóvenes independientes.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Castilla y León, País Vasco y Navarra cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Andalucía y Castilla-La Mancha.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

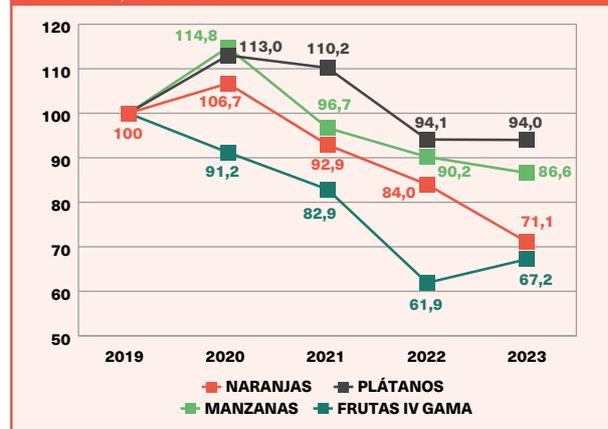
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutas frescas se ha reducido (de 90,9 kilos a 78,5 kilos) aunque en el año 2020 se produjo un repunte motivado por los efectos de la pandemia que, en gran parte, se ha corregido a la baja durante los años siguientes. En el periodo 2019-2023, el consumo y 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, 2019-2023

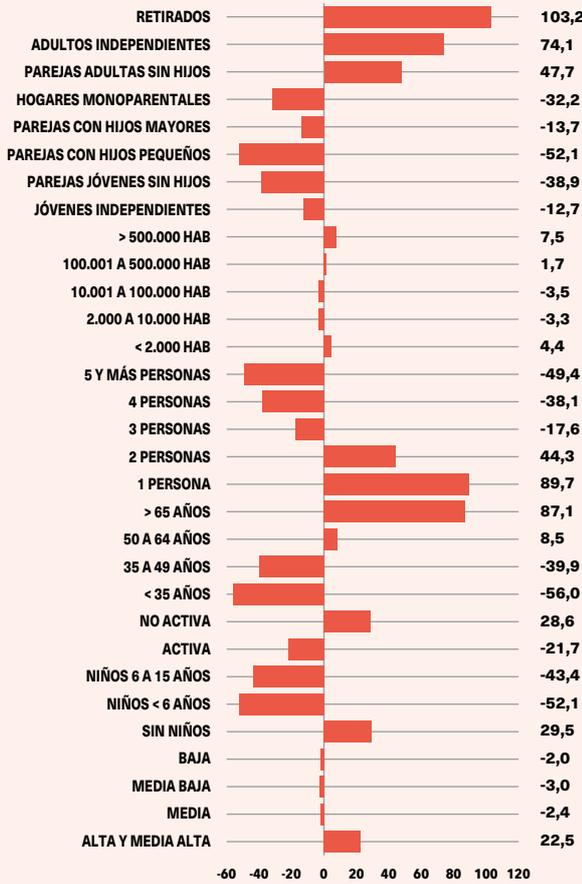


En la familia de frutas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido bastante pareja en todos los tipos de productos. Respecto a la demanda de 2019, se produce un descenso en el consumo de todas las variedades analizadas.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTAS FRESCAS (2019=100), 2019-2023



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

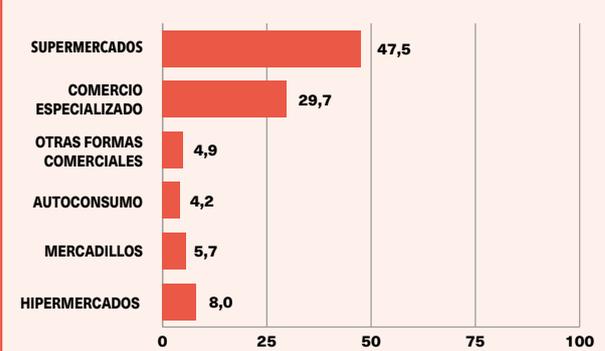


* Media nacional = 78,5 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 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 29,7%, mientras que el hipermercado concentra el 8,0%. El autoconsumo, por su parte, acapara el 4,2%, mientras que los mercadillos suponen el 5,7%. Las otras formas comerciales representan el 4,9% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS FRESCAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



CONSERVAS DE VERDURAS

El sector de las conservas vegetales se vio afectado por la escasez de materia prima y sus altos en 2023. Las empresas del sector apostaron por la diversificación, con propuestas como la oferta para el mercado de comida ambiente o los aperitivos vegetales. Asimismo, continuaron con su oferta de nuevos productos ecológicos y otros amparados por una marca de calidad diferenciada (IGP, DOP, etc.).

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.

Por su lado, la encuesta industrial de producto que publica el INE estableció en 1,4 millones de toneladas la producción de vegetales en conserva en el año 2023. En este volumen están incluidas las legumbres en conserva. El valor de estas producciones superó los 2.008 millones de euros.

La conserva vegetal más importante en términos del volumen comercializado es la de tomate (entero y triturado). En 2023 acaparó cerca del 42,6% de todas las ventas en volumen, dos puntos por encima del año anterior. En valor, la cuota de la conserva de tomate fue del 17,1%, según datos de la consultora Circana.

A las conservas de tomate le siguieron a mucha distancia las de espárragos, pimientos, judías verdes, champiñones, guisantes, maíz o alcachofas, entre una amplísima oferta.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS MERMELADAS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Unilever España, S.A. - Grupo *	600
Grupo Helios *	265
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	252,9
Hero España, S.A. *	178,2
Agrupación de Cooperativas del Valle del Jerte, SCI *	49,7
Alcurnia Alimentación, S.L. *	26,2
Jumel Alimentaria, S.A (*)	11,3
Conservas Pedro Luis, S.L. *	10,2
Conservas Lazaya Frutas Dulces, S.A	9,1
Confituras Siboney, S.A	2,3

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES EMPRESAS FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES DE CONSERVAS VEGETALES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Conservas El Cidacos, S.A. *	280
Compre y Compare, S.A (Grupo Celorrio) (*)	211
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U (IAN) *	175
Eurochamp S.A.T	87,5
Nudisco, S.L	55
Conservas El RAAL, S.L	53
Conservas Ferba, S.A.	52
Marín Giménez Hermanos, S.A	50,4
Industrias Videca, S.A	49,5
Hortícola D'Aucy, S.A	42,7

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones.

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

La estructura empresarial del sector de las conservas vegetales está formada por un buen número de empresas de tamaño pequeño o medio, pero actualmente son pocos y de gran tamaño, los grupos que forman este sector. Estas empresas basan sus estrategias de futuro en la internacionalización y en la irrupción en sectores afines, como el de los platos preparados. Para ello, han realizado en los últimos tiempos grandes inversiones para modernizar y diversificar sus procesos de producción.

La empresa fabricante y distribidora de conservas vegetales más importante en España alcanzó en 2023 unas ventas (sólo en ese segmento de su actividad) que superaron los 280 millones de euros.

Por su lado, la segunda se situó en torno a los 211 millones de euros y la tercera se acerca a los 175 millones de euros.

El resto de las empresas que forman el ranking de las diez mayores facturaron entre 87 millones y 42 millones de euros. En todos los casos aumentaron sus facturaciones con respecto a hace un año.

Las marcas de distribuidor (MDD) son importantes entre las ofertas más consolidadas de este mercado. Es

el caso, por ejemplo, de las conservas de tomate triturado y pelado donde en 2023 llegaron hasta el 84% del total de ventas en volumen. En el caso de las conservas de espárragos, la cuota de las MDD ronda el 75%

COMERCIO EXTERIOR

España es un país netamente exportador de conservas vegetales. Las exportaciones en 2023 rondaron los 2,48 millones de toneladas, un 12% menos que en el año anterior. Por su lado, las importaciones aumentaron un 9,4% hasta superar el millón de toneladas. En estos datos están incluidos también los de la patata y algunas frutas en conserva. En este sentido, las exportaciones de estas conservas de frutas han ido perdiendo peso en los últimos años y rondan las 95.000 toneladas. La principal partida es la conserva de melocotón (casi la mitad del total), seguida por la de satsuma, albaricoque y pera.

Dentro de las verduras, la principal conserva es la de tomate y la primera empresa exportadora vendió en el exterior por valor de más de 100 millones de euros.

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.



En el caso de las importaciones, las principales partidas fueron el maíz dulce, los pimientos, las alcachofas y los guisantes. Los principales proveedores de la Unión Europea 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

El sector de los vegetales tuvo en 2023 un mal ejercicio por la caída de la producción y el consumo.

La organización más representativa del sector es la Asociación Española de Fabricantes de Vegetales Congelados (ASEVEC), creada en 1985. Para esta asociación, la producción nacional en 2023 alcanzó las 834.052 toneladas, un 4,5% menos que en el año anterior. ASEVEC estima que en los últimos años se ha reducido significativamente la producción de vegetales congelados.

Por su lado, la Encuesta Industrial de Producto, que publica el INE, estableció en 857.292 toneladas la producción de vegetales congelados en 2023, un 6% menos que en el año anterior. El valor de estas producciones superó los 971,7 millones de euros.

De la producción total de verduras congeladas, sólo tres productos aportan casi el 46%: el brócoli; el pimiento y el guisante. Por detrás se sitúan las judías verdes (planas y redondas), la coliflor, las zanahorias, las espinacas, los calabacines, los tomates o las berenjenas.

La patata está también entre los alimentos vegetales congelados que más se producen y consumen. La producción de patata congelada en 2023 rondó las 15.000 toneladas, según el INE. Este volumen fue superior en 5.000 toneladas al del año anterior. La patata congelada alcanzó un valor de 10,2 millones de euros.

Además de todas 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.

En 2023, ASEVEC publicó una encuesta en la que se concluía que el 60% de los españoles consume verduras congeladas como mínimo tres veces a la semana. Las verduras más consumidas, según esta encuesta, fueron los guisantes, las judías verdes y las espinacas, que acaparan el 58% de las ventas totales.

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. Solamente las tres empresas asociadas a ASEVEC y ubicadas en Navarra aportan el 70% de la producción nacional.

Todas las empresas que forman parte de ASEVEC cuentan con una superficie cultivada de 90.400 hectáreas, cuyas producciones son tratadas en las 24 fábricas asociadas y en los 4 centros logísticos que forman parte de esta asociación. Estas empresas dan trabajo a más de 4.600 personas de forma directa y a unas 10.000 de forma indirecta. La mayor parte de esos trabajadores son mayores de 40 años y están viviendo en el mundo rural, lo que contribuye a luchar contra la despoblación.

Dentro de este sector, el peso de las marcas de distribuidor (MDD) es muy grande. De hecho, cerca del

92% del volumen de verduras congeladas que se comercializan en España en 2023 fue con MDD.

La principal empresa del sector provee de vegetales congelados a una de las mayores cadenas de distribución alimentaria del país y su cuota mercado en distribución organizada es del 50%. La producción de esta empresa en 2023 rondó las 450.000 toneladas, con una facturación que superó los 588 millones de euros, muy por encima del año anterior en ambos casos.

La segunda empresa del sector registró una producción superior a las 250.000 toneladas, con una facturación de más de 325 millones de euros. En el tercer escalón del ranking se situó una empresa que produjo en 2023 unas 140.000 toneladas y facturó cerca de 120 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.

COMERCIO EXTERIOR

El subsector español de productos vegetales congelados tiene una fuerte vocación internacional. Las empresas que forman parte de ASEVEC exportan el 62% de su producción anual.

Tres empresa 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 (UE), entre los que destacan Francia, Alemania, Bélgica, Portugal, Italia y Países Bajos.

Fuera de la UE son destacables los envíos a Reino Unido, Estados Unidos, Brasil, Canadá y Arabia Saudí. Las principales compañías españolas han conseguido en los últimos años diversificar su lista de clientes y también exportan algunas partidas importantes a países asiáticos.

Al igual que en años anteriores, 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 2023 destacaron por su singularidad productos como el romesco, las coles de Bruselas, el apio o el cardo.

En cuanto a las importaciones, lo cierto es que 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. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE VEGETALES CONGELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Vírto	588
Congelados de Navarra, S.A.	325
FRUVECO	120
Gelagri Ibérica	74,1
Ardo Foods	42,9
Monliz España	33,5
Transformados Agrícolas de Albacete*	29,9
S.A Alimentaria Aragonesa (SAAR)	22
Ultracongelados Campo Verde	14
Congelados El Pedáneo (*)	11

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 545,1 millones de kilos de frutas y hortalizas transformadas y gastaron 1.534,2 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 11,7 kilos de consumo y 32,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las frutas y hortalizas en conserva (8,7 kilos por persona y año), mientras que las frutas y hortalizas congeladas representan un

consumo de 3,0 kilos per cápita. Dentro de las frutas y hortalizas en conserva, destaca el tomate, con un consumo per cápita de 4,8 kilos al año.

En términos de gasto, las frutas y hortalizas en conserva concentran el 78,0% del gasto, con un total de 25,6 euros por persona, mientras que las frutas y hortalizas congeladas alcanzan un porcentaje del 21,9% y un total de 7,2 euros por persona al año. Dentro de las frutas y hortalizas en conserva destaca el tomate, que representa un 29,3% del total de los productos hortofrutícolas transformados (9,6 euros per cápita).

CONSUMO Y GASTO EN FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	545,1	11,7	1.534,2	32,8
FRUTAS Y HORTALIZAS EN CONSERVA	405,3	8,7	1.197,8	25,6
GUISANTES	9,3	0,2	28,1	0,6
JUDÍAS VERDES	13,2	0,3	25,6	0,5
PIMIENTOS	15,8	0,3	76,2	1,6
ESPÁRRAGOS	17,0	0,4	121,4	2,6
ALCACHOFAS	7,4	0,2	40,9	0,9
CHAMPIÑONES Y SETAS	12,5	0,3	44,1	0,9
MAÍZ DULCE	19,0	0,4	80,3	1,7
MENESTRA	4,6	0,1	10,2	0,2
TOMATES	224,4	4,8	448,2	9,6
TOMATE FRITO	157,6	3,4	332,8	7,1
TOMATE NATURAL	66,7	1,4	115,3	2,5
TOMATE NATURAL ENTERO	8,6	0,2	18,1	0,4
TOMATE NATURAL TRITURADO	58,1	1,2	97,3	2,1
OTRAS VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	21,1	0,5	66,2	1,4
FRUTA EN CONSERVA	61,1	1,3	256,6	5,5
MERMELADAS, CONFITURAS	25,4	0,5	132,4	2,8
FRUTA ALMIBAR	31,0	0,7	96,5	2,1
FRUTA ESCARCHADA	0,4	0,0	3,9	0,1
RESTO FRUTA CONSERVA	4,4	0,1	23,7	0,5
FRUTAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	139,8	3,0	336,4	7,2
VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	136,8	2,9	319,4	6,8
ESPINACAS	10,0	0,2	21,7	0,5
GUISANTES	24,4	0,5	52,0	1,1
JUDÍA VERDE	26,8	0,6	44,7	1,0
COLIFLOR	5,4	0,1	11,7	0,3
PIMIENTOS	3,2	0,1	8,2	0,2
BRÓCOLI	9,8	0,2	19,8	0,4
MENESTRA	13,2	0,3	25,6	0,5
OTRAS VERDURAS Y HORTALIZAS CONGELADAS	44,1	0,9	135,7	2,9
FRUTAS CONGELADAS	3,0	0,1	17,0	0,4

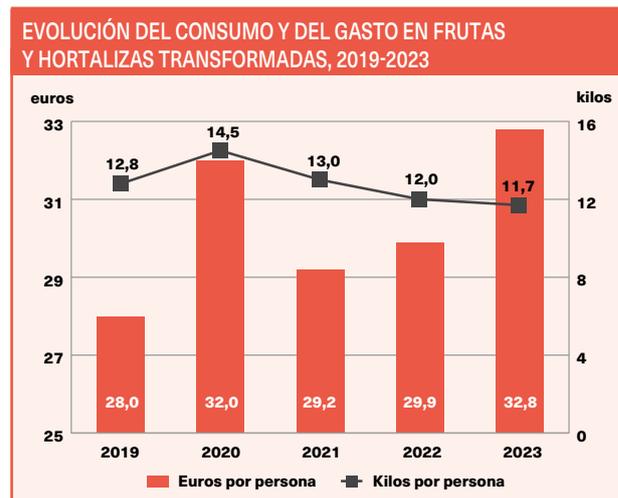
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de frutas y hortalizas transformadas durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

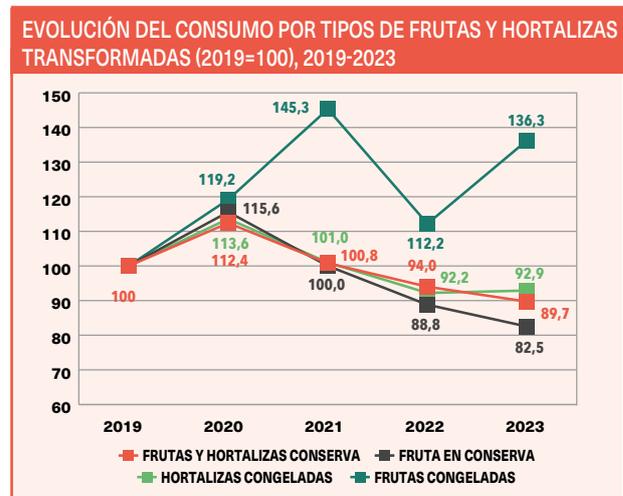
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de frutas y hortalizas transformadas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de frutas y hortalizas transformadas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con una edad inferior a 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros en el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes municipios (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos pequeños (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales y en las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, País Vasco, Cataluña y Aragón cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Canarias, Galicia y La Rioja.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

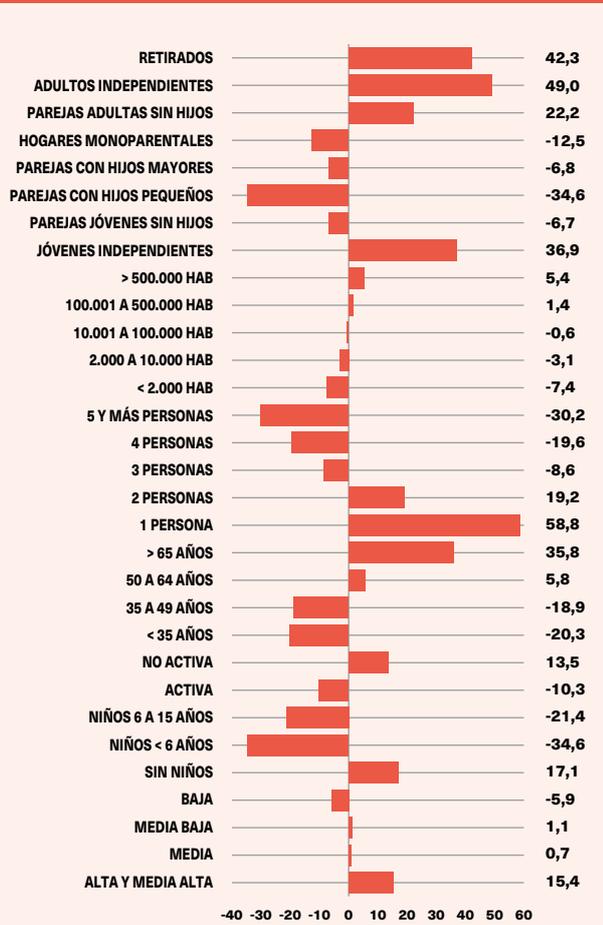
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutas y hortalizas transformadas se ha mantenido relativamente estable aunque destaca el comportamiento del año 2020 por los efectos de la COVID-19 que supuso un incremento notable de la demanda que se va corrigiendo a la baja durante los últimos ejercicios. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (14,5 kilos), mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el ejercicio 2023 (32,8 euros por consumidor).



En la familia de frutas y hortalizas transformadas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido especialmente diferente en las frutas congeladas. Respecto a la demanda de 2019, solamente aumenta el consumo de frutas congeladas.



DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*

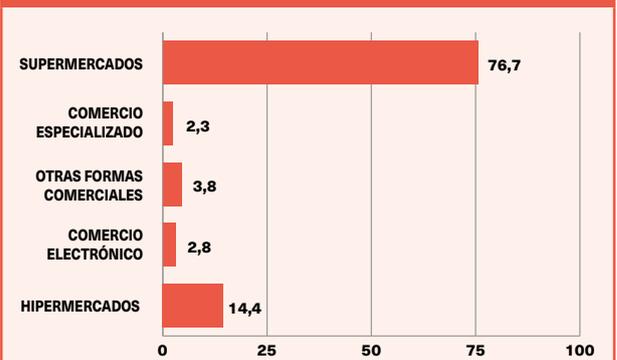


* Media nacional = 11,7 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutas y hortalizas transformadas a los supermercados (76,7% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 14,4% y los establecimientos especializados llegan al 2,3%. El comercio electrónico supone el 2,8% de la venta total, mientras que las otras formas comerciales concentran el 3,8% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



ZUMOS

Según los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que elabora el INE, en 2023 la producción industrial de zumos ascendió a 2.089 millones de litros, un 15% menos que en el año anterior. Las mayores partidas dentro de la producción de zumos fueron el mosto de uva (803,2 millones de litros), el zumo de naranja (419,2 millones de litros), el zumo de manzana (141,5 millones de litros), el zumo de piña (30,8 millones de litros), el zumo de tomate (5,4 millones de litros) y el zumo de pomelo (5,2 millones de litros), entre otros zumos de frutas y zumos mixtos.

Asimismo, en el grupo de zumos sin concentrar se registró la producción de 136,1 millones de litros de zumos de cítricos (sin incluir naranja o pomelo) y la producción de 165,8 millones de litros de zumos de otras frutas.

La Asociación Nacional de Fabricantes de Zumos y Gazpachos (Zumos y Gazpachos de España), es la organización empresarial que integra desde 1978 a los principales productores del sector. Esta asociación, conocida anteriormente como ASOZUMOS, integra tanto a las industrias exclusivamente comercializadoras o envasadoras de zumos y gazpachos, como a las dedicadas a la transformación de la materia prima y obtención de semielaborados vegetales.

Según esta asociación, el 63% de los españoles consume zumo más de tres veces por semana. El 60% lo consume sólo en el hogar y un 5% lo suele hacer fuera. Los sabores más demandados son la naranja (64%), la piña (56%), el melocotón (38%) y las mezclas.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Zumos y Gazpachos de España, que está integrada por 26 empresas (19 asociadas y 7 miembros afiliados), representan aproximadamente el 90% de toda la producción nacional del sector.

Sólo la primera empresa del sector produce la mitad de todo el zumo comercializado con marca de fabricante.

A nivel empresarial, el principal grupo del sector registró en 2023 una producción de cerca 800 millones de litros, con una facturación de unos 718 millones de euros, caso 90 millones más que en el año anterior.

Por su lado, el segundo grupo –muy fuerte en el sector del vino- tuvo una producción de 454 millones de litros (el 72% comercializados con marca propia),

PRINCIPALES EMPRESAS DE LOS SECTORES DE ZUMOS Y NÉCTARES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
AMC Global	718
Grupo García Carrión (*)	437
Juver Alimentación, S.L. (*)	135,5
Nufri Grupo	100
Quirante Fruits S.L	100
Grupo Indulleida *	75
Agrozumos, S.A	68,3
Refresco Iberia, S.L. (*)	65
Grape NaturalIngredients	52
Agricultura y Conservas, S.A (Agriconsa)	45

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

mientras que el tercero se situó en 195 millones de litros (todos producidos para comercializarlos con MDD).

En el ranking de las diez primeras empresas productoras, el cuarto lugar lo ocupó una compañía que produjo 182 millones de litros y facturó 100 millones de euros y el quinto lugar fue para una empresa cuya producción llegó hasta los 150 millones de litros (todos con marcas blancas), con una facturación de 100 millones de euros también.

Las marcas de distribución (MDD) superaron el 60% de la cuota de mercado, tanto en volumen como en valor, pero las marcas de fabricante (MDF) siguieron luchando en 2023 por mantener sus posiciones.

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.

Sin embargo, en 2023 las ventas exteriores descendieron en volumen un 7%, al tiempo que su valor aumentó un 2%. Así, se exportaron 661,2 millones de litros de zumos, por un valor de 756,5 millones de euros, según datos de Comercio.

En volumen y en valor, la mayor partida exportada fue el zumo de naranja, seguida del zumo de uva.

Por su lado, se importaron ese año 229,3 millones de litros, un 4% más que en el año anterior, por un valor de 343,5 millones de euros, un 8% más.

Tanto en volumen como en valor, la mayor partida fue la de zumo de naranja, seguido del zumo de piña y de manzana. ■

CONSUMO Y GASTO EN ZUMO

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 298,8 millones de litros de zumo y gastaron 401,2 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 6,4 litros de consumo y 8,6 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los néctares (2,8 litros por persona y año), seguidos de los zumos concentrados, que alcanzan 1,2 litros per cápita al año. En términos de gasto, los néctares concentran el 36,0%, con un total de 3,1 euros por persona, mientras que los zumos concentrados presentan un porcentaje del 16,3% y un total de 1,4 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN ZUMO DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL ZUMO Y NECTAR	298,8	6,4	401,2	8,6
ZUMO FRUTA REFRIGERADO Y EXPRIMIDO	70,7	1,5	130,3	2,8
ZUMO CONCENTRADO	57,2	1,2	63,6	1,4
CONCENTRADO NARANJA Y MEZCLA	5,4	0,1	7,2	0,2
CONCENTRADO MELOCOTON Y MEZCLA	10,7	0,2	13,3	0,3
CONCENTRADO PIÑA Y MEZCLA	11,4	0,2	13,0	0,3
OTROS CONCENTRADOS	29,7	0,6	30,1	0,6
NECTARES	132,2	2,8	147,1	3,1
NECTAR LIGHT O SIN AZUCAR	95,0	2,0	101,9	2,2
ZUMOS DE HORTALIZAS	3,4	0,1	4,5	0,1
RESTO ZUMO Y NECTAR	35,4	0,8	55,7	1,2
HORCHATA	31,4	0,7	49,3	1,1
ZUMOS ENRIQUECIDOS	115,2	2,5	121,1	2,6
ENRIQUECIDO CON VITAMINAS	114,3	2,4	118,4	2,5



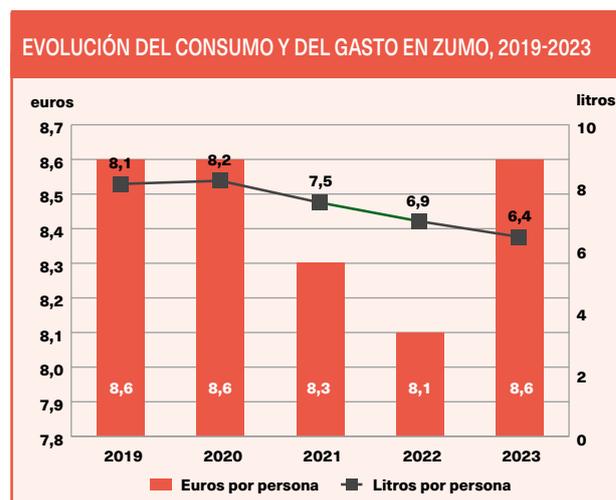
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de zumos durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

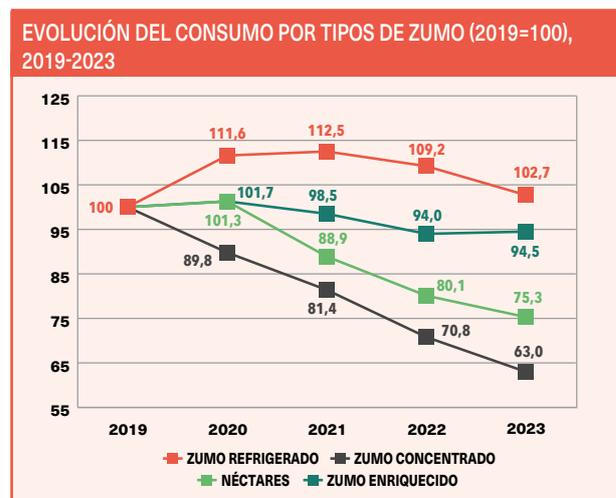
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de zumos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de zumos es mayor.
- En los hogares donde compra una persona con 65 o más años, el consumo de zumos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de zumos, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas en las que habitan 4 miembros.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de zumos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de menos de 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas sin hijos, independientemente de la edad de los miembros que componen la pareja, y entre los retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos y hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias, Cantabria y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, La Rioja, Castilla-La Mancha y Navarra.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

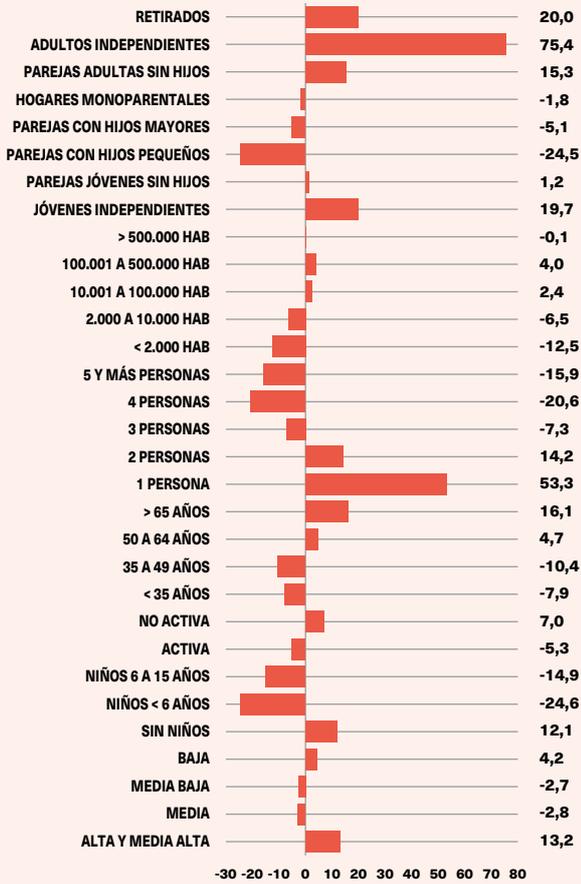
Durante los últimos cinco años, el consumo de zumos ha descendido 1,7 litros por persona mientras que el gasto se mantiene constante en los mismos valores (8,6 euros). En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (8,2 litros), mientras que el mayor gasto también tiene lugar en el ejercicio 2020 (8,6 euros por consumidor).



En la familia de zumos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido bastante similar en los distintos tipos de producto analizado. Respecto a la demanda de 2019, solamente el consumo de zumo refrigerado aumenta y, por el contrario, en néctares y zumos concentrados y zumos enriquecidos se produce un descenso.



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

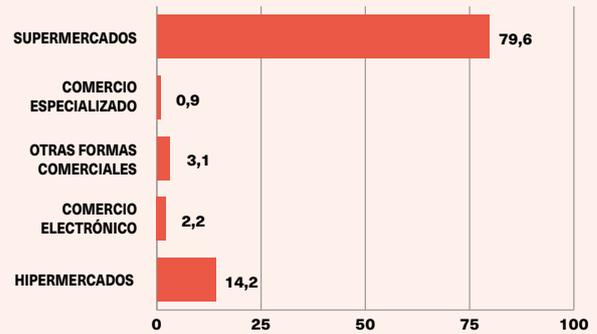


* Media nacional = 6,4 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de zumos a los supermercados (79,6% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 14,2%. Los establecimientos especializados representan el 0,9% y el comercio electrónico el 2,2%. Las otras formas comerciales alcanzan la cuota del 3,1% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ZUMO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



PATATAS FRITAS Y SNACKS

El sector industrial de las patatas fritas y los snacks evolucionó en 2023 a mostrar su fortaleza y las empresas del sector recuperaron sus márgenes de producción.

El mercado nacional de productos de aperitivo y snacks en España es muy dinámico y mantiene crecimientos continuados desde hace varios años. Se consideran snacks las patatas fritas, los productos de aperitivo a base de cereales, verduras u hortalizas (palomitas de maíz, tortillas y aperitivos fritos), frutos secos (almendra, avellana, nuez, cacahuete, pistacho, piñón, pecana, anacardo, macadamia, etc.), semillas como las pipas de girasol o de calabaza, y las frutas desecadas (ciruelas desecadas, uvas pasas, dátiles, higos secos, orejones de albaricoque).

Aunque la producción real de todos estos snacks es difícil de calcular, el sector de la industria estima que podría superar las 360.000 toneladas al año, con un valor de más de 2.500 millones de euros.

En los años de la pandemia, el consumo de estos productos en el hogar se disparó, pero en 2023 ya había vuelto a la normalidad. Según los datos del Panel que publica el Ministerio de Agricultura, el consumo extradoméstico de aperitivos durante el año 2023 registró un descenso, tanto en valor como en volumen. El consumo per cápita de estos productos fuera del hogar se situó en 1,6 kilos, un 5% menos que un año antes, según las mismas fuentes.

El mercado de los snacks se distribuye en tres grandes familias: frutos secos (44%), patatas fritas (32 %) y el resto de productos (24%). En los últimos años, el sector de la patata frita ha perdido peso y lo ha ganado el resto de productos.

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.

No obstante, en el sector de las patatas fritas las más demandadas siguen siendo las tradicionales.

Desde las industrias del sector se apuesta por la innovación, así como también por la reformulación orientada a una mejora de la composición nutricional de las producciones y a adaptación a nuevos formatos.

En este sentido, en los últimos años han ido ganando cuota de mercado como snacks los pequeños embutidos, con presentaciones más modernas.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS PATATAS FRITAS Y LOS SNACKS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Importaco (GRUPO) *	810
Frit Ravich, S.L *	302
Pepsico Foods, A.I.E *	179
Kellogg España, S.L*	160
APEX Grupo*	160
Liven S.A Grupo*	93,5
Leng D'Or, S.A*	80
CYL lbersnacks, S.L*	75,2
Risi, S.A*	56,6
Fritoper, S.L*	51

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. (*) Incluye la facturación de otros sectores.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La estructura empresarial de este sector está formada por unas 500 empresas, muchas de tamaño pequeño-medio y de carácter familiar, aunque también hay varios grupos multinacionales que operan en el sector.

SNACKS es la asociación que representa desde 1978 a las industrias fabricantes de patatas fritas, snacks, frutos secos, semillas y frutas desecadas. En SNACKS están asociadas unas 20 empresas.

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, en este sector predominan las marcas de fabricante (MDF) en los lineales de los supermercados e hipermercados.

COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial exterior del sector de las patatas fritas y otros snacks es claramente positiva, pues las ventas son mayores que las compras.

Anualmente se venden fuera de nuestras fronteras patatas preparadas por valor de unos 55 millones de euros, según estimaciones del sector industrial. Los destinos de estas producciones son los países de la Unión Europea, con Alemania, Francia e Italia a la cabeza.

Respecto a las importaciones, el grueso procede de países como Estados Unidos, China, Argentina y Portugal. ■

FRUTOS SECOS

La producción industrial de frutos secos registró en 2023 una caída importante, tras los buenos resultados del año anterior. La subida de las materias primas, así como de los costes de producción, lastraron este sector que consiguió recuperar el consumo en el canal HORECA.

De acuerdo con los datos de la Encuesta Industrial de Productos, que elabora el INE, en 2023 la producción de frutos secos preparados (tostados, salados, etc.) se aproximó a 240.000 toneladas, un 7% menos que en 2022. El valor de esta producción se elevó a 392,3 millones de euros.

De la producción total, 23.834 toneladas fueron cacahuetes tostados y preparados, mientras que 215.803 toneladas correspondieron al resto de los frutos secos (mezclas incluidas).

Además de estas producciones preparadas, el INE también registró un volumen de frutos secos sin preparar, en el que incluye también pipas de girasol. En 2023, este volumen de producción fue de 109.128 toneladas, un 2% menos que en el año anterior.

Desde hace años, los frutos secos están ya muy consolidados como alimentos saludables. Tradicionalmente, las nueces y las almendras eran los productos estrella de este mercado, pero han ido perdiendo posiciones en favor de otros productos como el anacardo y el pistacho, al que ya se conoce como el “nuevo oro verde” del campo español. A este respecto, se estima que en los próximos diez años España sea el cuarto productor mundial de pistacho, lo que iría acompañado de un fuerte crecimiento del consumo interno.

Buena parte de estas producciones se usan en la industria agroalimentaria (pastelería, cereales de desayuno, etc.), pero también son parte del sector de los “snacks” junto con pipas y cacahuetes. De hecho, las pipas son las primeras en consumo dentro de los llamados “snacks” y los cacahuetes suponen casi un 10% del total consumido.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE FRUTOS SECOS Y SNACKS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Importaco, S.A (*)	810
Grupo Borges Agricultural & Industrial Nuts, SA*	771,7
Frit Ravich, S.L.*	302
Calconut, S.L. *	244
Frumesa, S.L. *	140
Almendras Llopis, S.A.*	117,6
Frutos secos Medina S.L (*)	86,5
Grupo Almendras Francisco Morales	35
Ferrer Segarra S.A*	33,4
Facundo Blanco, S.A (*)	21

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

Por lo que se refiere al consumo en el hogar, los frutos secos que más gustan son las nueces, seguidas de los surtidos, los cacahuetes (que se incluyen como fruto seco-snack), las almendras, los pistachos y por último, pero a mucha distancia, las avellanas.

La marca de distribuidor (MDD) en este sector es muy importante, pues representa cerca del 80% de la cuota de mercado en volumen comercializado.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

A nivel empresarial, el principal grupo del sector registró en 2023 una producción superior a 111.000 toneladas, con una facturación de unos 810 millones de euros, muy por encima del año anterior en ambos casos, si bien en la facturación están incluidas las aportaciones de otros sectores afines. Este grupo, valenciano, es el distribuidor de referencia de la MDD de una de las cadenas de supermercados más importante.

Por su lado, el segundo grupo tuvo una producción de casi 58.000 toneladas (comercializa con marca propia y MDD) y una facturación de 771,7 millones

de euros, mientras que el tercero con una facturación de 302 millones de euros.

El sector industrial está realizando grandes inversiones en maquinaria para hacer frente al aumento de la demanda de frutos más saludables y mejorar su oferta con surtidos y mezclas de frutos.

COMERCIO EXTERIOR

Aunque la producción nacional va creciendo de año en año, tanto en volumen como en variedad de oferta, lo cierto es que España es un país claramente deficitario de frutos secos y tiene que recurrir a las importaciones.

En 2023, según los datos del Ministerio de Comercio, las importaciones nacionales de frutos secos ascendieron en total a 223.710 toneladas (un 8% menos que un año antes) y las exportaciones a 132.141 toneladas (un 46% toneladas menos).

CONSUMO Y GASTO EN FRUTOS SECOS

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 159,4 millones de kilos de frutos secos y gastaron 1.319,8 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 3,4 kilos de consumo y 28,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las nueces (0,6 kilos por persona y año), seguido de los cacahuetes (0,4

Además de estas partidas, también se contabilizaron en 2023 unas 44.000 toneladas exportadas de almendra y pistacho preparados (incluso con azúcar u otro edulcorante), así como también la importación de 12.900 toneladas de estos productos preparados.

En general, el mayor volumen exportado fue el de almendras sin cáscara. También fueron importantes, pero a mucha menor escala, las exportaciones de castañas (sin cáscara). En los últimos años se ha disparado la exportación de pistacho, en paralelo con la mayor oferta nacional de este fruto seco.

En cuanto a los destinos de esas exportaciones, destacan los países de la UE (Francia, Italia y Alemania, principalmente). Por su lado, los países de origen de las importaciones son Estados Unidos, China y Portugal. ■

kilos per cápita), de las almendras (0,3 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 17,4% del gasto, con un total de 4,9 euros por persona, seguido por las almendras, con un porcentaje del 13,5% y un total de 3,8 euros por persona al año. A continuación, se encuentran los pistachos, con el 9,6% y 2,7 euros por persona, los cacahuetes, con el 6,0% y 1,7 euros y, finalmente, las avellanas, con el 3,2% del total y 0,9 euro por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN FRUTOS SECOS DE LOS HOGARES, 2023				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL FRUTOS SECOS	159,4	3,4	1.319,8	28,2
ALMENDRA	14,7	0,3	178,2	3,8
ALMENDRA CON CÁSCARA	6,2	0,1	70,2	1,5
ALMENDRA SIN CÁSCARA	8,5	0,2	108,0	2,3
CACAHUETE	16,5	0,4	80,2	1,7
CACAHUETE CON CÁSCARA	7,0	0,1	31,6	0,7
CACAHUETE SIN CÁSCARA	9,5	0,2	48,6	1,0
NUECES	28,5	0,6	228,9	4,9
NUECES CON CÁSCARA	18,3	0,4	104,3	2,2
NUECES SIN CÁSCARA	10,2	0,2	124,6	2,7
AVELLANA	3,2	0,1	41,6	0,9
PISTACHO	9,1	0,2	124,0	2,7
SURTIDO	17,7	0,4	146,9	3,1
OTROS FRUTOS SECOS	69,8	1,5	519,9	11,1

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

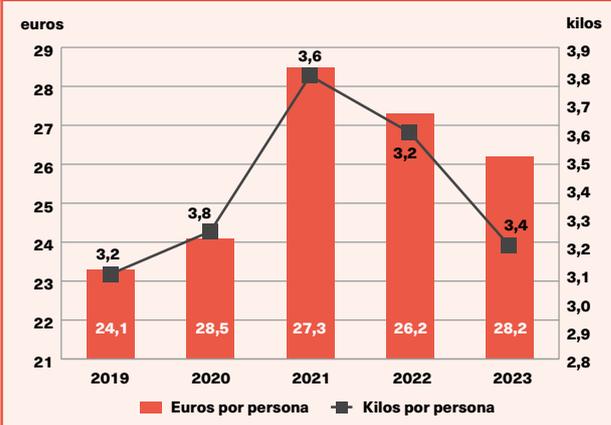
En términos per cápita, el consumo de frutos secos durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- 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, Cataluña, Navarra y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Extremadura, y La Rioja.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

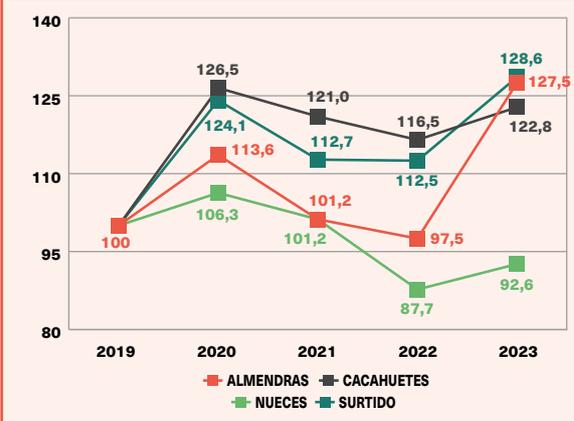
Durante los últimos cinco años, el consumo de frutos secos se ha mantenido bastante estable (ha aumentado 0,2 kilos por persona al año), mientras que el gasto ha experimentado un crecimiento notable (4,1 euros per cápita). En el periodo 2019-2023, el consumo y el gasto más elevados se produjeron en el ejercicio 2021, con un total de 3,8 kilos y 28,5 euros por consumidor.

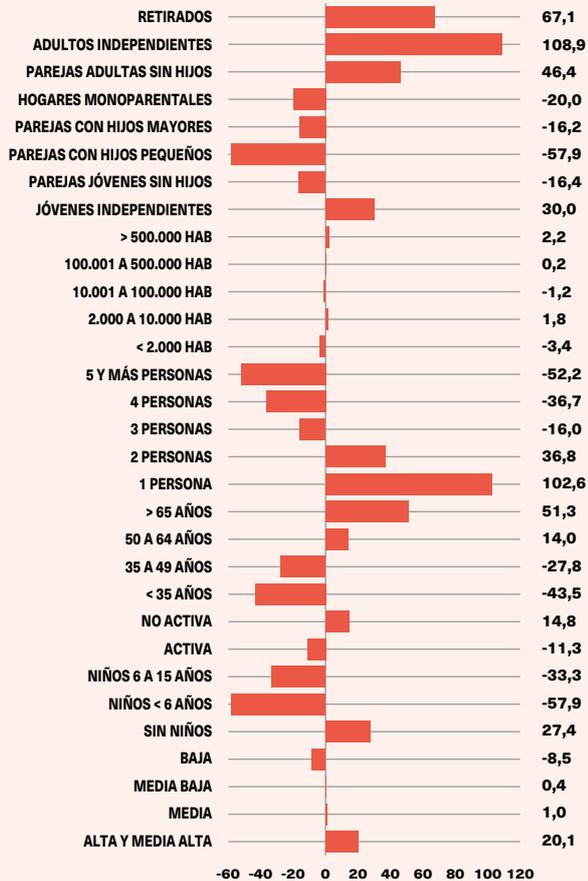
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN FRUTOS SECOS, 2019-2023



En la familia de frutos secos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido distinto para cada tipo de producto aunque con similitudes en la tendencia. Respecto a la demanda de 2019, el consumo de cacahuets, almendras y surtido se incrementa mientras que, por el contrario, disminuye en nueces.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE FRUTOS SECOS (2019=100), 2019-2023

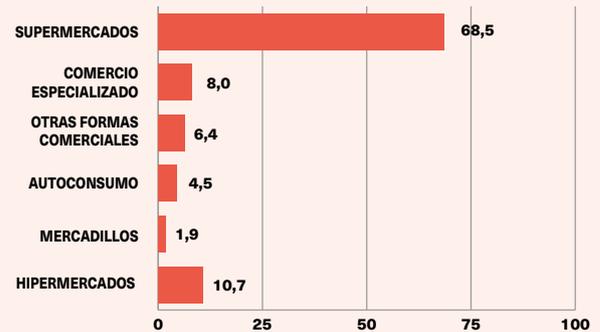


**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE FRUTOS SECOS
EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)***


* Media nacional = 3,4 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de frutos secos a los supermercados (68,5% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 10,7% y los establecimientos especializados llegan al 8,0%. El autoconsumo representa el 4,5%, mientras que los mercadillos suponen el 1,9%. Otras formas comerciales alcanzan una cuota del 6,4%. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FRUTOS
SECOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023**


DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTAS

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

CHIRIMOYA DE LA COSTA TROPICAL DE GRANADA-MÁLAGA *

ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

MELOCOTÓN DE CALANDA *

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

FRUTA DE PROTECCIÓN INTEGRADA

BALEARES

MARCA COLECTIVA DE GARANTÍA

CITRICS SES MARJADES

MARCA GRÁFICA

TOMÀTIGA DE RAMELLET

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

MANZANA REINETA DEL BIERZO *

MARCAS DE CALIDAD

CEREZA DE LA SIERRA DE FRANCIA

CEREZA DE LAS CADERECHAS

MANZANA REINETA DE LAS CADERECHAS

PERA CONFERENCIA DEL BIERZO

CANARIAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PLÁTANO DE CANARIAS

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CEREZA DEL JERTE *

PRODUCCIÓN INTEGRADA

FRUTALES DE HUESO

FRUTALES DE PEPITA

CEREZO

CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

PERA DE LLEIDA *

INDICACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

POMA DE GIRONA * (MANZANA DE GIRONA)

CLEMENTINES DE LES TERRES DE L'EBRE *
(CLEMENTINAS DE LAS TIERRAS DEL EBRO)

PRODUCCIÓN INTEGRADA

CÍTRICOS

FRUTAS DE PEPITA

FRUTAS DE HUESO

PRODUCTOS DE LA VIÑA

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

KAKI DE LA RIBERA DEL XÚQUER *

NÍSPEROS DE CALLOSA D'EN SARRIÀ *

UVA DE MESA EMBOLSADA DE VINALOPÓ *

GRANADA MOLLAR DE ELCHE *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CEREZAS DE LA MONTAÑA DE ALICANTE *

CÍTRICOS VALENCIANOS *

MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

CEREZA

GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CASTAÑA DE GALICIA

LA RIOJA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

PERAS DE RINCÓN DE SOTO *

REGISTRADO Y CERTIFICADO

FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

CONSERVAS VEGETALES. PRODUCTOS DESHIDRATADOS Y CONGELADOS

MARCAS COLECTIVAS

CIRUELA CLAUDIA DE NALDA Y QUEL

MADRID

ALIMENTOS DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

MELONES DE VILLACONEJOS

MURCIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

PERA DE JUMILLA *

PRODUCCIÓN INTEGRADA

ALMENDRO

CÍTRICOS

FRUTALES DE HUESO

MELÓN Y SANDÍA

PERAL

VID

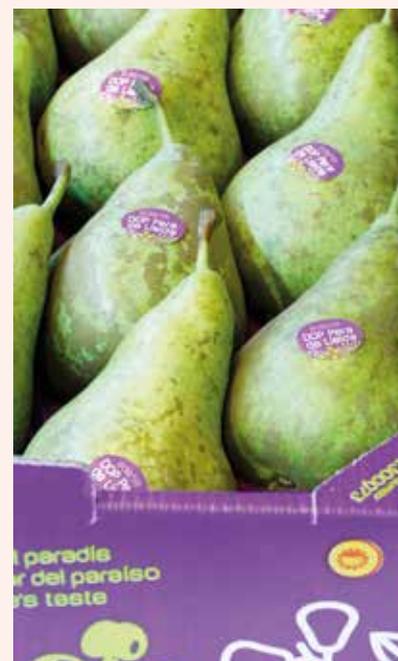
PAÍS VASCO

MARCA DE GARANTÍA

EUSKAL BASERRI

(PROD. HORTOFRUTÍCOLAS DEL PAÍS VASCO)

* Inscrita en el Registro de la UE



Cerezas de la Montaña de Alicante

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada por la Indicación Geográfica Protegida Cerezas de la Montaña de Alicante está constituida por 40 términos municipales del norte de Alicante y otros 2 más del sur de la provincia de Valencia. La orografía de la zona es muy accidentada, con relieves montañosos en el que se suceden valles y cimas bajo la influencia del mar mediterráneo.

CARACTERÍSTICAS: El clima mediterráneo, las condiciones del suelo y las técnicas de cultivo imprimen al producto un carácter diferencial. Las cerezas protegidas pertenecen a las variedades Burlat, Picota, Picota Ambrunesa, Early Lory, Prime Giant, Sweet Heart, Brooks, Nimba, Frisco, Santina, Lapins, 4-84 y Sonata. Variedades polinizadoras: Stark Hardy Geant, Bing y Van. Las cerezas presentan un color rojo brillante, sabor singular y gran calidad. Son muy apreciadas por su cultivo tradicional y artesanal.

DATOS BÁSICOS: En la Indicación Geográfica Protegida están registrados unos 350 agricultores, los cuales hacen una producción media anual de 2 millones de kilos de cerezas, en unas 2.000 hectáreas protegidas. Están inscritas 9 plantas de envasado, acondicionamiento y almacenaje. Gran parte de su producción se destina a la exportación, variando según la climatología anual.

Cereza del Jerte

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción está en el norte de la provincia de Cáceres, y está constituida por 26

municipios de los Valles de Jerte, La Vera y Ambroz. La superficie total de la zona de producción es de 15.872 hectáreas.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades principales corresponden a cerezas sin pedúnculo, genéricamente conocidas como picotas; a este grupo pertenecen las Ambrunés, Pico Negro, Pico Colorado y Pico Limón Negro. La denominación también protege a una variedad de cereza con rabo, cuyo nombre es Navalinda. Se clasifican en Primera, Extra y Superextra, con diámetros que van de 21 a 28 milímetros.

DATOS BÁSICOS: La superficie amparada es de 15.872 hectáreas. Los productores inscritos en el Consejo Regulador son 2.888 y hay 7 almacenes. La producción anual es de unos 7,5 millones de kilos.

Cítricos Valencianos

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Las explotaciones agrícolas de las que proceden nuestros cítricos se sitúan a lo largo de todo el litoral de

la Comunidad Valenciana, desde Castellón a Alicante, una zona privilegiada para la producción de la naranja, la mandarina y el limón.

CARACTERÍSTICAS: La ideal climatología valenciana, con alternancia de temperaturas, templada durante la noche (que hace que consiga el idóneo índice de acidez y extraordinario color) y cálida durante el día (para que los cítricos obtengan un adecuado azúcar), propicia que los frutos tengan unas cualidades extraordinarias. Las variedades de cítricos autorizadas por la IGP son un total de 47, entre las 27 de mandarinas, 17 de naranjas y 3 de limones, el Fino, el Verna y el Eureka. Todas deben alcanzar unos parámetros de calidad establecidos que afectan tanto a su aspecto externo (defectos, presentación, etc.) como a su calidad interna (porcentaje de zumo e índice de madurez adecuados).

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene inscritas 61 industrias envasadoras y 4.887 productores, con 15.245,73 hectáreas en un total de 24.837 parcelas. La comercialización obtenida en esta campaña amparada por el Consejo Regulador fue de 21.207.991 millones de kilos.

Chirimoya de la Costa Tropical de Granada

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada por la Denominación de Origen Protegida está constituida por 10 municipios de la provincia de Granada.

CARACTERÍSTICAS: El clima suave y templado y las condiciones especiales del cultivo dotan a este producto de una singularidad extraordinaria. Es muy apreciado por ser un cultivo extratemprano. Las variedades autorizadas son la Fino de Jete y Campas, comercializándose en las categorías Extra y Primera; el porcentaje de peso de la semilla respecto al total no deberá superar el 10%.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita es de 600 hectáreas, en las que se producen una media anual de 8 millones de kilos. En el Consejo Regulador figuran 5 empresas que comercializan algo más de 5 millones de kilos de chirimoyas con Denominación de Origen Protegida, de los que tan sólo un 10% se destina a la exportación.

Clementines de les Terres de l'Ebre

(Clementinas de las Tierras del Ebro)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona protegida abarca varios municipios de las comarcas del Baix Ebre y Montsiá, en la provincia de Tarragona. Las condiciones edafoclimáticas específicas de esta zona confieren a estos cítricos un sabor y aroma diferenciados.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades protegidas son la Clementina Fina, Clementina Hernandina y Clementina Clementules. Las clementinas producidas en la zona tienen una gran calidad debido al equilibrio y a los buenos niveles de azúcares y ácidos con un índice de madurez superior a 10 y un porcentaje de zumo de más del 40%. La fecha de maduración de los frutos va del 5 de noviembre al 10 de enero.

DATOS BÁSICOS: En el consejo regulador están inscritos 300 hectáreas, 21 productores y 5 empresas envasadoras que, durante el 2023, han comercializado 128 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 Jisca, 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 100 hectáreas, en las que se producen 3,5 millones de kilos. Se comercializan con la DOP, por 4 empresas de la provincia de León, una media de 2 millones de kilos al año.

Pera de Jumilla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por los terrenos correspondientes al término municipal de Jumilla, ubicada en la provincia de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: De pulpa blanca y jugosa, de sabor muy dulce y azucarado y ligeramente perfumadas. Es de color amarillo sobre fondo verde, con chapa rojiza en la cara soleada. Se comercializan en categoría Extra con diámetro superior a 58 milímetros y categoría Primera con un diámetro mayor a 52 milímetros.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida están inscritos 100 productores y la superficie de cultivo registrada es de 315 hectáreas. La producción media anual es de 6,5 millones de kilos, que son comercializados por 3 empresas envasadoras.

Nísperos de Callosa d'En Sarrià

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica amparada por la Denominación de Origen Protegida Nísperos de Callosa d'En Sarrià está constituida por 18 términos municipales de las comarcas de la Marina Baja y Valle del Algar-Guadalest, situadas en

el nordeste de la provincia de Alicante.

CARACTERÍSTICAS: Los nísperos se cultivan en suelos formados por tierras de aluvi3n, calizas de origen marino y sedimentos en fase de transici3n. Existen tres variedades principales: Algar y familia, Golden y Magdall. S3lo se comercializan con la etiqueta de DOP las categorías Extra y Primera.

DATOS BÁSICOS: La producci3n media anual es de unos 13 millones de kilos que se cultivan en 1.600 hectáreas. En el Consejo Regulador figuran inscritas 2 empresas y 1.400 productores. Se comercializan 10 millones de kilos al a3o, de los que el 75% se destina al exterior.

Peras de Rinc3n de Soto

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producci3n protegida por esta Denominaci3n abarca 27 municipios entre Rioja Baja, Rioja Media y Rioja Alta. Estas tierras donde se cultiva, terrazas de los ríos Ebro, Cidacos, Alhama, Iregua y Najerilla, son zonas llanas, con buena ventilaci3n,

profundas, húmedas, permeables y sanas, sin presencia de cal o silíceo. Son frecuentes en estas tierras las nieblas en las primeras horas de la ma3ana, lo que favorece la aparici3n del russeting u oxidaci3n de la piel, muy apreciada en esta fruta.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades protegidas son Blanquilla y Conferencia. Su carne es fundente y jugosa, destacando por su alto contenido en azúcar que les da su sabor característico. También supone un gran aporte de vitaminas, fibra y sobre todo calcio. Los rigurosos controles del Consejo Regulador aseguran el origen y el cumplimiento de los numerosos parámetros de calidad recogidos en su reglamento para que el consumidor disfrute de una fruta como la de antes.

DATOS BÁSICOS: Es la denominaci3n de Origen de peras más antigua de España. Están inscritos 310 socios y 20 empresas comercializadoras y acogida una extensi3n de 1225 Ha. La producci3n anual es de 25 millones de kilos, de los que se envasan aproximadamente 15 millones. Su principal mercado es el espa3ol, exportándose aproximadamente un 6% de la producci3n.

Pera de Lleida

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



perade
lleida

Consell Regulador
de la Denominació
d'Origen Protegida

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de las peras de Lleida comprende toda la comarca del Pla d'Urgell y algunos municipios de las comarcas de Les Garrigues, La Noguera, El Segria y l'Urgell. Las particularidades del entorno natural de la zona repercuten en las singulares características de estas peras.

CARACTERÍSTICAS: La DOP protege el fruto de la especie *Pyrus communis* L., procedente de las variedades Limonera, Blanquilla y Conference, de las categorías Extra y Primera, destinado a consumo en fresco. Presentan un gusto característico debido a su alto nivel de azúcares, jugosidad y

flavor y aromas. En el caso de la variedad

Conference otro aspecto diferencial es el tipo de russetting, menos uniforme y más rústico, y su forma más redondeada. Todos estos aspectos diferenciales dotan a las peras de Lleida de unas cualidades organolépticas claramente diferenciables y apreciadas por el consumidor que garantizan su mayor satisfacción.

DATOS BÁSICOS: En el consejo regulador están inscritos unas 530 hectáreas, unos 200 productores y 3 empresas envasadoras.

Poma de Girona

(Manzana de Girona)



poma de
girona

Indicació geogràfica protegida

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La mayor parte se obtiene en las fértiles llanuras colindantes a las vegas de los ríos Ter, Fluviá y Muga, en las comarcas del Alt y Baix Empordà, pero también existe producción en las comarcas del Gironés, La Selva y el Pla de l'Estany.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de manzana protegidas por esta IGP son las del grupo Granny Smith, Golden, Red Delicious y Gala. Las manzanas se presentan en dos categorías comerciales: Extra y Primera.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos aproximadamente 1.400 hectáreas, 75 productores y 3 cooperativas, que producen anualmente 60 millones de kilos de Manzana de Girona, de los cuáles aproximadamente 3 millones se comercializan certificados como 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 Domingo, que se caracteriza por ser una uva blanca con semilla y de estación tardía. El racimo es grande, de medio kilo a tres kilos, llegando incluso a cinco kilos en algunos casos. Los frutos son gruesos, pesando de seis a ocho gramos y con dos tonos de color: uno amarillo verdoso y otro amarillo rojizo. La pulpa es de consistencia media, crujiente, de sabor fresco y medianamente azucarado y muestra diferentes grados de acidez dependiendo del tiempo de maduración.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 280 agricultores y cinco empresas comercializadoras que producen una media anual de 15 millones de kilos de uvas con DOP.

Uva de Mesa Embolsada Vinalopó

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Abarca la parte centro-occidental de la provincia de Alicante, e integra las poblaciones de Agost, Aspe, Hondón de los Frailes, Hondón de las Nieves, Monforte del Cid, Novelda y La Romana.

CARACTERÍSTICAS: La uva del Vinalopó crece protegida bajo un bolso de papel, que protege a los granos de las inclemencias meteorológicas lo que hace que estos desarrollen una piel mucho más fina al no tener que defenderse de las agresiones de la lluvia, el sol o el viento. Esta misma protección tamiza la exposición al sol, lo que produce uniformidad de color en los granos que componen cada racimo. La influencia del bolso permite, además, que la maduración se retrase unos treinta días, lo que potencia el sabor y la textura propios de cada una de las variedades. Actualmente, siete variedades de uva entran dentro de la DOP: Aledo, Ideal, Domingo, Doña María, Rosetti y Victoria en piel clara; y Red Globe, que tiene piel negra. Para identificarla, el consumidor tendrá que fijarse en los distintivos numerados de la DOP que acompañan e identifican los racimos amparados.

DATOS BÁSICOS: En la actualidad hay un total de 34 empresas comercializadoras inscritas y un total de 295 agricultores, que inscriben más de 40 millones de kg en un territorio amparado de casi 1.600 ha. Del total de la producción comercializada, el 60% se destina al mercado nacional y el 40% restante se exporta.



Una Uva
para recuperar
los papeles.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE HORTALIZAS

ANDALUCÍA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

ESPÁRRAGO DE HUÉTOR TÁJAR *
TOMATE DE LA CAÑADA *

ARAGÓN

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CEBOLLA FUENTES DE EBRO *

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/ *

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

BORRAJA

CANARIAS

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PAPAS ANTIGUAS DE CANARIAS

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

PATATA
TOMATE
PUERRO
PIMIENTO DE BLA

CASTILLA-LA MANCHA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

AJO MORADO DE LAS PEDROÑERAS *
BERENJENA DE ALMAGRO *
MELÓN DE LA MANCHA *

MARCA DE CALIDAD

CEBOLLA DE LA MANCHA

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PIMIENTO ASADO DEL BIERZO *
PIMIENTO DE FRESNO-BENAVENTE *

MARCAS DE CALIDAD

LECHUGA DE MEDINA
SETAS DE CASTILLA Y LEÓN
CASTAÑA DEL BIERZO
AJO DE VALLELADO
ESPÁRRAGO DE TUDELA DE DUERO

CATALUÑA

INDICACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CALÇOT DE VALLS *
PATATES DE PRADES (PATATAS DE PRADES) *

PRODUCCIÓN INTEGRADA

PRODUCTOS HORTÍCOLAS

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

CHUFA DE VALENCIA *

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ALCACHOFA DE BENICARLÓ *

MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

PIMIENTO SOL DEL PILAR
TOMATA DE PEINAR

EXTREMADURA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

TOMATE PARA TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL
MAÍZ
BRÓCOLI
PUERRO
ESPÁRRAGO

GALICIA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PEMENTO DE HERBÓN *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

GRELOS DE GALICIA *
PATACA DE GALICIA * (PATATA DE GALICIA)
PEMENTO DA ARNOIA *
PEMENTO DE OÍMBRA *
PEMENTO DO COUTO *
PEMENTO DE MOUGÁN *

LA RIOJA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

COLIFLOR DE CALAHORRA *
ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/ *
PIMIENTO RIOJANO *

MARCAS DE GARANTÍA

CHAMPIÑÓN Y SETAS DE LA RIOJA *
ALIMENTOS DE LA RIOJA CALIDAD GARANTIZADA

MADRID

ALIMENTOS DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

AJO BLANCO DE CHINCHÓN
ESPÁRRAGOS DE ARANJUEZ
HORTALIZAS DE MADRID
MELONES DE VILLACONEJOS

MURCIA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

APIO
BRÓCOLI, COLIFLOR Y COLES
ESCAROLA
LECHUGA
MELÓN Y SANDÍA
PIMIENTO DE INVERNADERO
PIMIENTO PARA PIMENTÓN
TOMATE PARA CONSUMO EN FRESCO

NAVARRA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PIMIENTO DEL PIQUILLO DE LODOSA *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

ALCACHOFA DE TUDELA *
ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/ *

PAÍS VASCO

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

GERNIKAKO PIPERRA * (PIMIENTO DE GERNIKA)

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

ARABAKO PATATA (PATATA DE ÁLAVA)
IBARRAKO PIPARRAK (GUINDILLAS DE IBARRA)
EUSKAL TOMATEA (TOMATE DEL PAÍS VASCO)
EUSKAL LETXUGA (LECHUGA DEL PAÍS VASCO)
GERNIKAKO PIPERRA (PIMIENTO DE GERNIKA) *

MARCA DE GARANTÍA

EUSKAL BASERRI (PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DEL PAÍS VASCO)

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CC.AA. / *** Protección Nacional Transitoria / * Inscrita en el Registro de la UE

Ajo Morado de Las Pedroñeras

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, manipulación y envasado se localiza en 6.000 hectáreas de 227 localidades pertenecientes a las comarcas de La Mancha, Mancha Alta, Mancha Baja, Manchuela y Centro, todas ellas de las provincias de Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo, en

Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado protege los bulbos de la especie *Allium sativum* L., del ecotipo autóctono "Morado de Las Pedroñeras". El bulbo o cabeza del Ajo Morado de Las Pedroñeras tiene forma esférica o redonda y tamaño medio. Los dientes son de tamaño pequeño/medio, con forma de cruasán y carne de color blanco-amarillento. Presenta un fuerte olor y un gusto picante y estimulante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 2.000 hectáreas y 15 empresas comercializadoras.

Alcachofa de Benicarló

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida Alcachofa de Benicarló ampara la producción de alcachofas en la comarca norte de la provincia de Castellón, conocida como el Baix Maestrat; en los términos municipales de Benicarló,

Cálig, Peñíscola y Vinarós.

CARACTERÍSTICAS: Los terrenos de cultivo, con pendientes medias inferiores al 5%, están prácticamente a nivel del mar, aunque en las zonas periféricas del interior hay una cierta elevación. Ello da lugar a un microclima especial que hace que la variedad cultivada, la Blanca de Tudela en sus categorías Extra y Primera, adquiera una gran calidad.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritos unos 83 agricultores, 8 empresas comercializadoras en fresco y 7 industrias elaboradoras. La superficie protegida asciende a 361 hectáreas y la producción media anual ronda los 1,3 millones de kilos, de los cuales se comercializan bajo el marchamo de la denominación 370.000 kilos en fresco y 310.000 en conserva.

Alcachofa de Tudela

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de cultivo se extiende por 33 localidades de la Ribera de Navarra que constituyen el área de producción establecida, dentro de la Comunidad Foral.

CARACTERÍSTICAS: La alcachofa de Tudela es conocida como la

flor de la huerta de Navarra y únicamente se cultiva la variedad Blanca de Tudela, que se distingue por ser más redondeada y por tener un orificio circular en la parte superior. Las producciones se destinan tanto al mercado en fresco como a conservas, comercializándose en fresco con o sin tallo y en conserva enteras o en mitades. La alcachofa de Tudela es un producto natural que contiene sales de calcio y de potasio, minerales como hierro y fósforo, vitaminas y cinarina.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 758 hectáreas de cultivo, 86 agricultores, 8 comercializadores y 7 industrias elaboradoras. La producción media anual es de 3,3 millones de kilos, de los que el último año se certificaron 1,5 en fresco y 1,2 en conserva.

Berenjena de Almagro

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara una zona de producción y elaboración localizada en Ciudad Real, en los términos municipales de Aldea del Rey, Almagro, Bolaños, Calzada de Calatrava, Granátula de Calatrava y Valenzuela de Calatrava.

CARACTERÍSTICAS: La berenjena de Almagro es la de mejor calidad entre las variedades de la especie *Solanum melongena*, y se cultiva con métodos tradicionales. En el proceso de elaboración se cuece, fermenta, aliña y envasa con todas las garantías. Las presentaciones comerciales amparadas son: aliñadas, embuchadas con pimiento natural, embuchadas con pasta de pimiento y troceadas.

DATOS BÁSICOS: La superficie inscrita en el Consejo Regulador es de 47 hectáreas, todas sembradas, y 35 agricultores. La producción de berenjena en conserva protegida es de 2,5 millones de kilos anuales. Las 5 empresas inscritas comercializan 1,8 millones de kilos al año con la Indicación Geográfica Protegida.

Calçot de Valls

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida Calçot de Valls ampara una zona de producción constituida por terrenos de los términos municipales de las comarcas de l'Alt Camp, Baix Camp, Tarragonés y el Baix Penedès,

todas ellas en la provincia de Tarragona.

CARACTERÍSTICAS: Los calçots protegidos pertenecen a la variedad de cebolla blanca Grande Tardía de Lleida. El proceso consta de siembra de semillas, trasplante de plantel y de la cebolla, trabajos de cultivo específicos y recolección. Para su venta el calçot ha de alcanzar una altura de pierna blanca de 15 a 25 centímetros y un diámetro, medido a 5 centímetros de la raíz, de entre 1,7 y 2,5 centímetros.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas unas 50 plantaciones y 3 empresas exclusivamente comercializadoras, con una producción de 1,8 millones de kilos de Calçot de Valls al año.

Chufa de Valencia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Ampara la producción de chufa de 550 hectáreas de 19 términos municipales de la comarca valenciana de l'Horta Nord.

CARACTERÍSTICAS: La chufa de Valencia se cultiva en terrenos franco-arenosos y clima templado. Aunque se puede consumir

en fresco, su destino más habitual es la elaboración de horchata. Este refresco posee apreciadas propiedades nutritivas y saludables. Además, también la Generalitat valenciana tiene una Denominación de Calidad para la Horchata de Chufa de Valencia.

DATOS BÁSICOS: La producción de chufa seca asciende a unas 4.500 Tm de chufa, de la que está amparada más del 90%. La producción de horchata amparada se sitúa entre 30 y 35 millones de litros anuales. En el Consejo figuran inscritos 360 productores y 21 envasadores y comercializadores de Chufa de Valencia y 37 elaboradores de Horchata de Chufa de Valencia.

Cebolla Fuentes de Ebro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La DO se extiende entre los ríos Ginel y Ebro, ubicada en los términos municipales de Fuentes de Ebro, Mediana de Aragón, Osera de Ebro, Pinta de Ebro, Quinto y Villafranca de Ebro, que forman una unidad homogénea en todas sus características. Con una superficie total de 150 hectáreas, la zona de elaboración, almacenamiento y envasado coincide con la zona de producción.

CARACTERÍSTICAS: Tiene el cuello grueso, con un aspecto externo blanco-paja, aunque en el caso de la cebolla temprana el color será blanco verdoso, el color interno será blanco. Sus aspectos organolépticos son variados: de sabor suave y escaso picor, con capas interiores muy tiernas y succulentas. Su consumo más habitual es en fresco, desde los meses de julio hasta diciembre.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador hay inscritos 20 productores especializados en este cultivo y cuatro empresas comercializadoras. Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos de producto comercializado. Se estima una producción de entre 40.000 y 50.000 kilos por cada hectárea cultivada.

Coliflor de Calahorra

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca una extensión de 2.200 hectáreas en los términos municipales de Aguilar del Río, Alhama, Alcanadre, Aldeanueva de Ebro, Alfaro, Arnedo, Autol, Calahorra, Cervera de Río Alhama, 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 619 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 88 productores inscritos y 13 empresas comercializadoras. En la campaña 2023 se certificaron 5.022.993 kg.

Pemento de Arnoia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, acondicionamiento y envasado incluye el término municipal de A Arnoia y la parroquia de Meréns, en la provincia de Ourense.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos amparados por la Denominación de Origen Protegida son los frutos pertenecientes al ecotipo de la especie *Capsicum annuum* L., cultivado tradicionalmente en la zona de producción, destinándose al consumo humano tanto en fresco como en conserva. Este pimiento es un ecotipo local cultivado desde tiempos inmemoriales por los agricultores de esta área geográfica perteneciente a la comarca de O Ribeiro.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de cultivadores, empresas y producto comercializado.

Patates de Prades

(Patatas de Prades)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de la patata de consumo protegida abarca una extensión de 125 hectáreas de los municipios de Prades, Capafonts, La Febró i Arbolí, todos ellos de la comarca del Baix Camp en la

provincia de Tarragona.

CARACTERÍSTICAS: La variedad protegida es la Kennebec, con carne de color blanquecino, textura consistente, sabor dulce y olor ligeramente acastañado. Estas patatas, que presentan un calibre comprendido entre 40 y 80 milímetros, se recolectan pasados quince días de la muerte natural de la planta, momento a partir del cual se ha completado la formación de la piel.

DATOS BÁSICOS: En la actualidad existen 10 plantaciones inscritas destinadas al cultivo de patatas de Prades, que en 2023 produjeron 12 toneladas de patatas comercializadas bajo la IGP.

Pemento de Herbón

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, acondicionamiento y envasado está constituida por los siguientes municipios: Padrón, Dodro,

Rois y Pontecesures, de A Coruña, y Pontecesures y Valga, de Pontevedra. El nombre de la denominación, Herbón, es el topónimo de la parroquia del ayuntamiento de Padrón.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos amparados por la Denominación de Origen Protegida son los frutos de la familia de las solanáceas, especie *Capsicum annuum* L., variedad comercial Padrón, y ecotipos locales de este pimiento, siempre que procedan de parcelas inscritas en el correspondiente registro gestionado por el órgano de control.

DATOS BÁSICOS: En la DOP están inscritos 25 productores y 9 almacenistas/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 11 hectáreas de cultivo, 24 agricultores y 8 empresas elaboradoras. La producción media anual es de 35.600 kilos y 31.000 unidades certificadas.

Pimiento de Fresno-Benavente

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción agrícola se sitúa al noroeste de Castilla y León, ocupando 33 municipios del sureste de la provincia de León, 55 municipios del norte de Zamora y un municipio de Valladolid.

CARACTERÍSTICAS: Es el fruto de la planta de pimiento *Capsicum annuum* L., del ecotipo o variedad local "de Fresno", fruto de una selección del pimiento tipo "morro de vaca" o "morrón" para su consumo en fresco. Es un pimiento grande, entre otras características su peso unitario es superior a 300 gramos, forma rectangular más alto que ancho, anchura mínima 10 centímetros, espesor de la carne superior a 8 mm. y presenta 3, 4 ó 5 lóbulos. Los niveles de potasio son menores de 3 g./100g. Es muy jugoso y de piel poco dura. Su sabor es de dulce medio, poco amargo y no picante. Tras la masticación e ingestión quedan pocos restos de piel en el interior de la boca.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta IGP, en el Consejo Regulador no existen datos de producto comercializado.

Pimiento de Gernika

(Gernikako Piperra)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción está situada principalmente en las comarcas del Txorierri, Mungia y Busturia, en la provincia de Vizcaya.

CARACTERÍSTICAS: El pimiento de Gernika pertenece a la variedad local Pimiento de Bizkaia, resultado de la adaptación a las condiciones climáticas de la zona que ha experimentado la especie originaria de América. Su color es verde intenso y su forma alargada y puntiaguda. Presenta un pedúnculo largo y su tamaño oscila entre los 6 y los 9 centímetros. Al paladar su carne resulta fina y suave, y no pica. En el mercado aparece envasado en bandejas de plástico de 12 unidades.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta DOP, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Pimiento Riojano

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de pimiento protegido abarca una extensión de 25 hectáreas en los municipios de la comarca de Nájera y en la localidad de Alfaro, en la Comunidad Autónoma de La Rioja. La IGP ampara tanto la

producción en fresco como la destinada a conserva.

CARACTERÍSTICAS: La variedad protegida es la del pimiento Najerano, de fruto grueso y largo, de 16-18 centímetros de longitud, 8 milímetros de grosor y 200-300 gramos de peso. De color rojo intenso, con forma cónica y acabada en pico, de superficie rugosa, carne fina y no pican. Su sabor y peculiar sabor es consecuencia del clima de la zona, el suelo, la calidad de las aguas de riego y unos métodos de elaboración artesanal que se remontan al siglo XIX.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 17 productores y 4 conserveras que producen una media anual de 500.000 kilos de pimiento riojano, de los que se comercializan 70.000 kilos con IGP.

Pimiento del Piquillo de Lodosa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Pimiento del Piquillo de Lodosa ampara los terrenos de producción ubicados en los municipios de Andosilla, Azagra, Cárcar, Lerín, Lodosa, Mendavia, San Adrián y Sartaguda; todos ellos en el suroeste de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: La variedad del Pimiento del Piquillo de Lodosa se caracteriza por su forma plana-triangular en dos caras, punta incisiva ligeramente curva, color rojo y fruto poco pesado y pequeño. La textura es turgente y suave al paladar. El proceso utilizado para las conservas es completamente artesanal. La comercialización con DO se reserva para las categorías Extra y Primera.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritas 140 hectáreas –casi la mitad en el municipio de Mendavia–, 77 agricultores y 12 empresas elaboradoras. La comercialización con Denominación de Origen asciende a 1,31 millones de kilos anuales.

Tomate de La Cañada-Níjar

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El tomate La Cañada-Níjar es cultivado en los términos municipales de Almería, Níjar, Viator, Pechina, Huerca y los parques naturales de Cabo de Gata y Sierra Nevada, en la provincia de Almería.

CARACTERÍSTICAS: El tomate La Cañada-Níjar cuenta con excelentes propiedades naturales, como el alto contenido en azúcares y ácidos orgánicos, resultado de su cultivo en suelos salinos y de las excelentes condiciones climáticas a las que se expone durante su cultivo. La influencia de este ecosistema se refleja además en las características organolépticas y en el alto contenido en licopeno, responsable del color rojo intenso que alcanzan los tomates.

DATOS BÁSICOS: El tomate cultivado en la comarca almeriense es el primero en conseguir el distintivo Indicación Geográfica Protegida en España. Produce alrededor de 70.000 toneladas de tomate en sus cuatro variedades: redondo liso, asurcado, oblongo o alargado y cereza, y cuenta con un total de seis empresas comercializadoras.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE FRUTOS SECOS

ANDALUCÍA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PASAS DE MÁLAGA ****

BALEARES

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ALMENDRA DE MALLORCA *

DENOMINACIÓN DE CALIDAD MARCA COLECTIVA DE GARANTÍA

ALMENDRA MALLORQUINA

CATALUÑA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

AVELLANA DE REUS *

PRODUCCIÓN INTEGRADA

FRUTOS SECOS

EXTREMADURA

FRUTOS SECOS

CACAHUETE

LA RIOJA

MARCA COLECTIVA

NUEZ DE PEDROSO

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

Castaña de Galicia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito geográfico de producción de la indicación geográfica protegida Castaña de Galicia comprende el territorio de la Comunidad Autónoma de Galicia delimitado al oeste por la Dorsal Galega y por la Serra do Xistral hacia el norte.

CARACTERÍSTICAS: Las principales características generales de la castaña gallega destacan por su pericarpio fino, de color marrón claro y brillante, un epispermo (membrana) fino que penetra ligeramente en la semilla y que se separa fácilmente al mondar la castaña, con un sabor dulce y textura firme no harinosa su fruto cuenta con una humedad una vez recolectado entre el 50 y el 60% de humedad.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritos 143 productores, 9 envasadores, 6 industrias de procesado que cuentan con una superficie sementada de 1.040 hectáreas y con una producción de castaña certificada de unos 240.902kg, con un valor económico de 555.940 Euros.

Avellana de Reus

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

El ámbito amparado por la Denominación de Origen Protegida comprende las comarcas de Tarragona de Baix

Camp, Alt Camp, Tarragonès, Priorat, Conca de Barberà y Terra Alta.

CARACTERÍSTICAS: Las avellanas de Reus pertenecen a las variedades Negreta, Pautet, Gironella, Morella y Culplana. De todas ellas la variedad más cultivada es la Negreta. Los frutos secos se presentan en tres tipos: avellanas con cáscara, con un diámetro de 16 a 18 milímetros, y avellanas en grano y tostadas, con un calibre mínimo de 11 milímetros en ambos casos. Las avellanas amparadas por la Denominación de Origen Protegida pertenecen a la categoría Extra.

DATOS BÁSICOS: En el área amparada por la Denominación de Origen Protegida se incluyen 5.000 hectáreas, unos 1500 productores y 12 industrias elaboradoras, que en el 2023 comercializaron 94.000 kilos de avellana amparada por la DOP.

Pasas de Málaga

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La superficie protegida se encuentra próxima a las 1.800 hectáreas de viñedo, repartidas entre 32 municipios de la comarca de La Axarquía

y 3 de la comarca de Manilva, todos ellos en la provincia de Málaga.

CARACTERÍSTICAS: Las pasas de Málaga son un producto de carácter y elaboración tradicional. Prácticamente el 100% de la producción corresponde a uva Moscatel, que es la variedad que mejor se adapta al proceso de pasificación. Por cada 3 kilos de uvas se obtiene uno de pasas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 1.200 agricultores y 6 empresas envasadoras. La producción media anual es de los que 150.000 kilos que se comercializan con Denominación de Origen Protegida Pasas de Málaga.

LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS



Por su importancia económica y social, la leche es una de las principales producciones ganaderas de España. Aproximadamente el 75% de la producción láctea nacional corresponde a la producción de leche de vaca; el 13% a la de oveja y el 12% a la de cabra.

Además de estas tres producciones principales, existe también una muy minoritaria de leche de búfala, que en otros de la Unión Europea, como es el caso de Italia, está muy extendida.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, a efectos de calcular la renta agraria anual, en 2023 la producción de leche disminuyó en volumen un 0,7% respecto a 2022, año en el que también hubo descensos.

Al mismo tiempo que la producción caía, los precios medios (a efectos de la renta) subieron un 22% (también habían aumentado en los seis años precedentes), con lo que el valor generado por esta producción ganadera fue superior en un 30,9% al generado un año antes.

La producción de leche de vaca, oveja y cabra en 2023 supuso el 19% de la Producción Final Ganadera total y el 8% de la Producción Final Agraria, porcentajes en ambos casos superiores a los del año precedente.

El valor generado por este subsector ascendió a 5.255,4 millones de euros a precios básicos, 936 millones más que un año antes, cuando el valor generado también creció.

Finalmente, la producción de leche total (vaca, cabra y oveja) se elevó a 8,24 millones de toneladas, un 0,3% menos que en el año anterior. De este volumen, 7,3 millones de toneladas fueron leche de vaca.

LECHE EN LA UE

La Unión Europea es un importante productor mundial de leche y productos lácteos. En mayor o menor medida, todos los países comunitarios tienen su producción de leche, pero los principales productores son Alemania, Francia, Polonia, Holanda, Italia y España.

Estos seis países juntos representan casi el 70% de la producción de la UE.

El grueso de la producción láctea comunitaria procede de las vacas, aunque también cuentan con producciones minoritarias de leche de cabra, oveja y búfala.

La producción láctea en la UE representó en 2023 el 13,9% de la Producción Final Agraria (PFA). El lácteo es el subsector ganadero que más aporta a la PFA (unos 74.657 millones de euros ese año).

Por su parte, ese año la producción total de leche (vaca, cabra, oveja y búfala) ascendió a casi 150 millones de toneladas, un volumen superior al del año precedente. El grueso de esta producción correspondió a la leche de vaca.

LECHE DE VACA

Tras la salida del Reino Unido de la Unión Europea, España ha pasado a ser el sexto país comunitario en producción de leche de vaca.

España contaba en 2023 con unas 775.000 vacas de ordeño, cifra inferior a la del año precedente. El mayor censo de vacas lecheras está en Galicia (41,2% del total), seguida de Castilla y León (12%) y Cataluña (10%). También fueron importantes a nivel nacional las cabañas de vacas lecheras de Asturias (8%), Cantabria (7%), y Andalucía (7%).

Al inicio de 2024 había registrados 9.756 ganaderos de vacuno lechero con entregas declaradas de leche, lo que supuso un notable descenso con relación al año anterior. La cifra de ganaderos lácteos en vacuno no ha dejado de caer desde 2016.

Sin embargo, las entregas de leche de vaca cruda a las industrias ascendieron en 2023 a 7,33 millones de toneladas, un 0,1% más que en el año anterior. En los seis años previos se produjeron crecimientos de la producción de leche de vaca, tras la eliminación del régimen de cuotas lácteas.

La comunidad que más entregas realizó a la industria láctea en 2023 fue Galicia (41%), seguida de Castilla y León (12%), Cataluña (10%), Asturias (7%), Andalucía (7%), Cantabria (5%), Castilla-La Mancha (4%), Navarra (4%) y Aragón (2%).

Además, en 2023 hubo también una pequeña cantidad de leche de vaca que se vendió directamente al consumidor o a elaboradores de productos lácteos en la explotación. Esa producción se registró principalmente en Galicia y otras regiones del norte.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
VACA	7.477,2	7.323,6	7.339,2
OVEJA	511,4	502,9	485,6
CABRA	469,4	437,4	425,2
TOTAL	8.458	8.264	8.241,1

FUENTE: MAPA. *Entregas declaradas por los compradores.

PRINCIPALES PRODUCCIONES CON LECHE DE VACA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)				
PRODUCTO	AÑO	MUNDO	UE	ESPAÑA
QUESOS DE LECHE DE VACA (No incluye datos del queso de mezcla)	2.021	21.935	9.513	201
	2.022	21.983	9.477	186
	2.023	22.146	9.619	185
MANTEQUILLA	2.021	11.252	2.076	34,1
	2.022	11.403	2.073	25,5
	2.023	11.712	2.111	20
LECHE CONCENTRADA	2.021	4.619	993	50
	2.022	4.337	954	70,9
	2.023	4.400	965	112
OTRAS LECHE EN POLVO	2.021	4.780	1.436	14,9
	2.022	4.819	1.475	27,4
	2.023	4.792	1.400	
YOGURES	2.021	4.159.773	7.571	937
	2.022	4.160.900	7.548	982
	2.023	4.161.000	7.685	1.098

FUENTES: USDA, FAO, EUROSTAT y MAPA

PRODUCCIONES DE LECHE DE VACA EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	545.212	544.957	549.768
UE	144.833	144.378	144.800
ESPAÑA	7.477,2	7.323,6	7.339,2

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA. Datos de entregas a industria

LECHE DE VACA EN LA UE Y EN EL MUNDO

En la Unión Europea, la producción de leche de vaca es la más importante dentro del sector lácteo, que a su vez es el sector que más aporta a la producción ganadera total.

El tamaño de los rebaños de granjas y lecherías en los distintos países varía enormemente, al igual que los rendimientos. Sin embargo, a medida que el sector lácteo se ha ido desarrollando en toda la UE, las variaciones en el rendimiento y otros factores técni-

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE VACA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	574,7	552,7	549,7
ARAGÓN	177,6	176,3	172,3
ASTURIAS	566,8	534,23	524
BALEARES	44,5	39,5	36,7
CANTABRIA	436,85	408,13	397,3
CASTILLA-LA MANCHA	278,29	283,73	290,6
CASTILLA Y LEÓN	930,27	922,86	916,1
CATALUÑA	750,78	735,21	738,9
COMUNIDAD VALENCIANA	81,23	75,9	76,8
EXTREMADURA	22,16	18,67	18
GALICIA	2.988,34	2.971,52	3.001,7
LA RIOJA	27,32	26,56	24,5
MADRID	62,35	55,8	54,9
MURCIA	63,8	61,9	65,7
NAVARRA	255,76	251,7	261,7
PAÍS VASCO	170	159,7	154,8
OTRAS CC.AA	46,4	49,2	46,9
TOTAL ESPAÑA	7.477,2	7.323,6	7.330,6

FUENTE: MAPA



cos 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 de la UE en 2023 rondaba los 20 millones de cabezas. La cabaña más numerosa es la de Alemania, seguida de Francia.

Por su lado, la producción comunitaria de leche de vaca total en 2023 se situó finalmente en 144,8 millones de toneladas, ligeramente por encima de la producción del año anterior. En los últimos años la producción comunitaria de leche de vaca se ha incrementado gracias a la mejora de los rendimientos por explotación.

La producción de leche ecológica en la UE es todavía muy minoritaria, aunque va creciendo de año en año. El país con mayor producción ecológica de leche de vaca es Alemania (900 millones de litros anuales), seguido de Francia.

A nivel mundial, la producción de leche de vaca se elevó en 2023 a 549,7 millones de toneladas, un 0,9% más que en 2022, según los datos del gobierno norteamericano.

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

Al contrario de lo que sucede en muchos países de la Unión Europea, la balanza comercial del sector lácteo español es negativa.

De acuerdo con los datos de la Agencia de Administración Tributaria, las importaciones de productos lácteos en 2023 ascendieron 893.193 toneladas, mientras que las exportaciones alcanzaron las 538.266 toneladas. Con respecto al año anterior, se produjo un descenso del 3,6% en las exportaciones y un aumento del 14,8% en las importaciones.

Por su lado, el valor de las ventas se elevó a 1.662,3 millones de euros, un 7% más que en 2022, mientras que el de las compras ascendió a 2.727,5 millones de euros, un 9,4% más.

La mayor partida en volumen tanto dentro de las importaciones, como de las exportaciones, fueron los quesos, seguidos del yogur.

Con estos datos, la balanza comercial tuvo un saldo negativo de 354.837 toneladas, muy superior al saldo también negativo del año anterior.

Los destinos de las exportaciones fueron principalmente países europeo como Francia, Portugal e Italia o terceros países, como China. Por su lado, los productos más importados procedieron principalmente de Francia, Alemania, Países Bajos y Portugal.

LECHE DE OVEJA Y DE CABRA

Las producciones de leche de oveja y de cabra en 2023 representaron en torno a un 25% del valor de la producción láctea nacional, lo que supuso un total de 1.300 millones de euros generados a efectos de calcular la renta agraria. De este valor, cerca del 55% lo aporta la leche de oveja.

La producción de leche de oveja (entregas declaradas por compradores a la industria) se elevó a 485.600 toneladas, un 3,4% menos que el año anterior, en el que también se produjo una caída de las entregas. Asimismo, la producción de leche de cabra quedó en 425.200 toneladas, también por debajo del volumen entregado a industria un año antes (un 2,8%).

A estas producciones entregadas a las industrias habría que sumar un volumen comercializado directamente por los ganaderos, que no llegaron en 2023 a las 89.000 toneladas en total, entre leche de oveja y de cabra.

Por comunidades, las que más leche de oveja produjeron en 2023 fueron Castilla y León (54,7%), Castilla-La Mancha (34,1%), Navarra (3,4%) y Andalucía (2,2%). Por su lado, las que más leche de cabra sacaron al mercado nacional fueron Andalucía (46,3% del total), Castilla-La Mancha (15,9% del total), Murcia (11,6%) y Extremadura (8,1%).

El número de ovejas destinadas exclusivamente al ordeño fue de 1,82 millones de animales en 2023 y el de cabras 1,1 millones de cabezas, según datos del censo publicado por el Ministerio de Agricultura. Las cifras del año fueron inferiores en ambos casos a las de 2022.

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,

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE CABRA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	218	203,18	196,76
ARAGÓN	0,98	0,75	0,8
CANARIAS	29,2	27,8	27,5
CASTILLA Y LEÓN	29,34	28	27,3
CASTILLA-LA MANCHA	75,8	69,5	67,7
CATALUÑA	5,2	4,7	4,7
COMUNIDAD VALENCIANA	10,17	8,8	8,13
EXTREMADURA	38,18	36,4	34,4
LA RIOJA	1,33	1,25	1
MADRID	7,22	4,46	4,3
MURCIA	50,76	49,3	49,5
OTRAS CCAA	3,23	3,19	3,13
TOTAL ESPAÑA	469,41	437,33	425,2

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	19.482	19.191	19.200
UE	1.812,0	1.792	1.770
ESPAÑA	469,4	437,4	425,2

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA. Datos de entregas a industria

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LECHE DE OVEJA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	5,3	11,49	11
ARAGÓN	3,93	3,53	3,1
CANARIAS	0,56	0,55	0,62
CASTILLA Y LEÓN	284,65	278,3	265,8
CASTILLA-LA MANCHA	166,17	168,4	165,6
CATALUÑA	1	1	0,9
EXTREMADURA	10,95	9,82	8,39
LA RIOJA	0,86	0,77	0,73
MADRID	12,6	3,48	3,56
NAVARRA	15,9	16,9	16,5
PAÍS VASCO	5,26	4,7	4,3
MURCIA	2	2	2,3
OTRAS CCAA	2,25	2,02	2,8
TOTAL ESPAÑA	511,43	502,96	485,6

FUENTE: MAPA

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

	2021	2022	2023
MUNDO	10.299,0	10.093,0	10.000
UE	2.031,0	2.216	2.200
ESPAÑA	511,4	502,9	485,6

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA. Datos de entregas a industria



también le leche de cabra se destina en un pequeño porcentaje a la elaboración de quesos artesanales, si bien más del 80% de la leche va a parar a las queserías.

LECHE DE CABRA Y OVEJA EN LA UE

La producción comunitaria de leche de cabra y de oveja en 2023 quedó en torno a los 4 millones de toneladas, un volumen total inferior al producido un año antes. De este volumen, correspondió a la leche de cabra 1,7 millones de toneladas. Francia es el primer país productor, por delante de España y Países Bajos. La producción española representó el 23% de la comunitaria.

Por su lado, la producción de leche de oveja se situó en torno a los 2,2 millones de toneladas, con un ligero descenso frente al año anterior. España es el cuarto país de la UE por su censo de ovejas lecheras, y el segundo país productor (18% del total), por detrás de Grecia.

PRODUCCIÓN DE QUESOS

Desde tiempos inmemoriales, para poder aprovechar y conservar mejor la leche se han buscado alternativas que van desde su transformación en quesos, yogures

o cuajadas, al uso de las más modernas técnicas industriales, basadas en la aplicación de procedimientos químicos o físicos para retrasar el inicio de la actividad de los microorganismos en la leche líquida.

Para la elaboración de un kilo de queso de vaca se necesitan entre 9-10 litros de leche, mientras que para hacer un kilo de queso de cabra o de oveja, el volumen de leche necesario es algo menor.

En España, la producción de queso puro de leche de vaca (sin mezclar con otras leches) disminuyó en 2023 hasta situarse en 185.000 toneladas. A la producción de queso de vaca, que aporta casi el 45% del total, hay que añadir la producción de quesos de oveja, cabra o mezcla de distintas leches. En este sentido, anualmente se producen 70.000 toneladas de queso puro de oveja, así como también 55.000 toneladas de queso puro de cabra, el 30% y el 26% del total comunitario respectivamente. A estas cantidades habría que sumar la producción de queso de mezclas.

La leche de oveja es un alimento de gran valor nutricional, con una composición muy rica en proteínas, minerales (calcio, magnesio, zinc y fosfatos), vitaminas (A, B1, B2, B12, D, C, retinol, folato y niacina), ácidos grasos y aminoácidos esenciales.

Para elaborar un queso de oveja o de cabra se necesitan entre 5-7 litros de leche. Los quesos pueden ser frescos o pueden someterse a maduración, con lo que se producen quesos semicopados, curados, anejos y viejo.

El queso de oveja es muy rico en materia grasa (un 37%) y aporta mucha energía. Tiene un 26% de proteínas y un alto contenido en minerales, especialmente calcio y fósforo. Resulta ideal para el crecimiento óseo y la prevención de la osteoporosis. También es rico en vitaminas del grupo B, A, D y E.

Por su lado, el queso de cabra contiene bajos niveles de sodio y aporta más calcio y proteínas que el queso de vaca. Es también más fácil de digerir porque contiene menos lactosa y caseína. Sus características hacen que el queso de cabra sea un alimento que ayuda a la prevención de la osteoporosis, la anemia, la presión arterial y los problemas respiratorios, ya que genera menos mucosas.

QUESOS EN LA UE Y EN EL MUNDO

La producción de quesos puros de vaca se elevó en 2023 a 9,6 millones de toneladas, un 1,4% menos que en el año anterior, y a nivel mundial, la producción se

acercó los 22,1 millones de toneladas, cuando un año antes se habían producido unos 22 millones, según datos del departamento de Agricultura de Estados Unidos.

Además de la UE, que produce más de la mitad del total mundial, otros países con gran producción de quesos de vaca son Rusia, Brasil y Argentina.

En cuanto al resto de los quesos, en la UE se producen también quesos puros de leche de oveja, cabra y búfala, así como también con mezcla de leches. Según datos de la Comisión Europea, la producción anual de todos estos tipos de queso ronda las 900.000 toneladas, de las que un 30% son quesos de oveja y otro 25% quesos de cabra.

Los quesos de leche de oveja puros se producen principalmente en España, Francia e Italia. Los de leche de cabra, en Francia, Grecia y España, mientras que en queso de leche de búfala destaca Italia. Teniendo en cuenta todas las producciones (leche de vaca, cabra, oveja, mezclas de leche y leche de búfala), el primer país productor de quesos es Alemania (22,6% 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 se acerca a las 575.000 toneladas y entre los países con gran tradición productora están Uzbekistán, Nigeria, Sudán o México, además de la UE.

OTRAS PRODUCCIONES LÁCTEAS

Además de los quesos, con las distintas leches se elaboran también otras producciones lácteas de importancia económica. Una de las más demandadas es la mantequilla, que se obtiene batiendo la nata y eliminando parte del agua que todavía contiene esa emulsión. Este producto lácteo tiene un contenido graso del orden del 80%, pero suele quedarle entre el 15 y el 18% de agua y en muchos países se utiliza para freír y cocinar.

En 2023 se produjeron en España 20.000 toneladas de mantequilla (muy por debajo de la producción del año anterior, que superó las 25.500 toneladas), así como también 112.000 toneladas de leche concentrada y 27.000 toneladas de otras leches en polvo.

A partir de la leche de vaca se obtienen, también, otros productos como la nata de consumo directo o los yogures (que también se producen con otras leches distintas, aunque en menor volumen).

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS (Miles de toneladas)

EXPORTACIONES	2022	2023
LECHE Y NATA	192,7	168,4
LECHE EN POLVO	12,9	12,9
YOGUR Y LECHE FERMENTADAS	180,1	185,7
QUESOS	116,7	117,4
IMPORTACIONES	2022	2023
LECHE Y NATA	162,3	200,3
LECHE EN POLVO	74,2	90,4
YOGUR Y LECHE FERMENTADAS	169,9	190,6
QUESOS	326,8	361,7

FUENTE: DG Aduanas y FENIL

En 2023 se fabricaron, además, un total de 228.000 toneladas de nata de consumo directo (muy por encima del volumen del año anterior) y también algo más de un millón de toneladas de yogures (volumen muy superior al producido un año antes).

Asimismo, se producen helados, postres lácteos, batidos de leche, flanes, natillas, leches preparadas y enriquecidas, etc.

Finalmente, la industria de la bollería y la pastelería utilizan leche, suero, nata y mantequilla para la elaboración de galletas dulces, bollos, chocolates y numerosos productos derivados de la leche.

Como en el caso de España, buena parte de la producción de leche en la Unión Europea se destina a la producción de derivados lácteos.

La producción comunitaria de mantequilla alcanzó en 2023 algo más de 2,11 millones de toneladas (más cantidad que en 2022), mientras que la de leche concentrada ascendió a 965.000 toneladas, también un volumen superior al de un año antes.

En la UE se produjeron en 2023 algo más de 7,68 millones de toneladas de yogures y similares (más que en 2022), así como también importantes cantidades de nata y otros productos lácteos.

Finalmente, en todo el mundo, la producción de mantequilla superó en 2023 los 11,7 millones de toneladas, un volumen muy por encima del año anterior, de las cuales más de la mitad se produjeron en India. ■

LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS

La industria láctea absorbió en 2023 un total de 8,24 millones de toneladas de leche de origen español, de las cuales el 88,9% era de vaca, el 5,8% de oveja y el 5,1% de cabra, según los datos organización interprofesional láctea INLAC.

De la producción total de la industria láctea en 2023, un total de 3,3 millones de toneladas eran leche líquida; otros 1,05 millones de toneladas eran yogures; 121.000 toneladas eran nata y 2,8 millones de toneladas eran otras producciones.

La facturación global de todo el sector lácteo se sitúa en torno a los 12.700 millones de euros anuales, mientras que el volumen de negocio de las industrias lácteas alcanza unos 10.700 millones de euros, el 8,82% de la actividad de la industria de alimentación y bebidas.

El sector lácteo en su conjunto genera cerca de 70.000 empleos directos y las industrias lácteas, unos 27.300, el 7,3% 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 2023 había registrados 17.100 ganaderos que realizaron entregas de leche a las fábricas, según los datos de la organización interprofesional INLAC De esa cifra total, 10.300 eran ganaderos del sector del vacuno; 4.000 del sector del caprino de leche y 2.800 del sector del ovino de leche.

LECHE DE CONSUMO

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) sigue ganando cuota de mercado, que ya se acerca al 60%.

El primer eslabón de la cadena productiva del sector de la leche líquida son los ganaderos de vacuno, que disminuyen de año en año. Además de los ganaderos de vacuno de leche, también hay ganaderos de leche de oveja y de leche de cabra, que entregaron leche a los primeros compradores de la cadena.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR LÁCTEO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Lactalis Iberia, S.A.*	1.688
Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A (Capsa Food)	968,5
Danone, S.A.	875
Industrias Lácteas Asturianas, S.A. Grupo	853
Calidad Pascual, S.A.U. *	800
Iparlat, S.A.*	640
Queserías Entrepinares, S.A	515
Grupo García-Baquero	500
Grupo TGT	471,6
Schreiber Foods España, S.L.	465

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023 * Incluye la facturación de otras producciones.

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. ■

Las empresas productoras de leche líquida llevan años desarrollando un proceso de concentración, de cara a hacer más competitivas en los mercados internacionales a las empresas españolas.

Entre estos grandes grupos lácteos hay filiales de algunas de las más importantes compañías multinacionales, junto a otras empresas que tienen su origen en antiguas cooperativas de ganaderos.

Todas las empresas del sector están apostando por la innovación y por la certificación de sus procesos productivos para garantizar el bienestar animal.

Las marcas de distribuidor (MDD) están muy introducidas en el sector de la leche líquida, pues acaparan una cuota cercana al 50% en volumen y al valor, mientras que la primera empresa con marca propia (MDF) llega hasta el 15% en volumen y el 16% en valor.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La estructura empresarial del sector lácteo está formada por más de 1.700 centros autorizados para la recogida y transformación de leche, pero únicamente unos 600 pueden ser considerados como industrias lácteas, según datos de la Federación Nacional de Industrias Lácteas (FENIL). Esta federación está formada por 60 empresas que transforman prácticamente el 95% de la leche producida en el territorio nacional.

Entre los centros de recogida de leche hay mucha concentración, pues sólo el 2% acapara el 46% de toda la leche que se produce en España.

En el grupo de las grandes empresas del sector conviven enormes compañías multinacionales, con empresas españolas, a menudo provenientes del sector cooperativo. No obstante, el primer grupo



PRINCIPALES EMPRESAS ELABORADORAS DE LECHE DE LARGA DURACIÓN Y PASTEURIZADA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Lactalis Iberia, S.A. (*)	1.688
Coop. Gan. Valle de los Pedroches (COVAP) GRUPO (*)	1.040
Corp. Alimentaria Peñasanta, S.A. (Capsa Food)	968,5
Grupo Industrias Lácteas Asturianas (ILAS) (*)	853,3
Calidad Pascual, S.A.U*	800
Iparlat, S.A.*	640
Grupo Leche Celta (*)	342,6
Iberleche, S.L	292,72
Grupo Leche Río, S.A (LENCE)	260
Kaiku Corp. Alimentaria	140

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones.

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 2023 unas ventas de 1.688 millones de euros, cifra superior a la del año anterior. Se trata de la filial española de una importante multinacional de origen francés.

El segundo grupo se quedó ese año en 968,5 millones de euros de facturación, con un incremento respecto a un año antes; el tercero rondó los 875 millones de euros; el cuarto se situó en los 853 millones de euros y el quinto alcanzó los 800 millones de euros. Finalmente, entre los 640 y los 465 millones de euros de facturación anual quedaron ese año otros cinco operadores. Todos estos grandes grupos aumentaron su facturación en el año 2023.

COMERCIO EXTERIOR DE LECHE Y NATA

El balance comercial del sector de la leche y la nata fue negativo en 2023, pues las importaciones volvieron a ser superiores a las exportaciones. De acuerdo con los datos de la interprofesional INLAC, se importaron ese año 200.340 toneladas de leche y nata, un 23,4% más que en el año anterior, por un valor de 165,2 millones de euros, un 27,4% más.

Por su lado, las exportaciones descendieron un 12,6% hasta llegar a 168.422 toneladas, y su valor también disminuyó un 0,7%, hasta los 301 millones de euros. ■

CONSUMO Y GASTO EN LECHE

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 2.942,7 millones de litros de leche y gastaron 2.872,6 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 62,9 litros de consumo y 61,4 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la leche semidesnatada (28,8 litros por persona y año), seguido de la leche entera (18,9 litros per cápita) y de la leche desnatada (15,0 litros per cápita). En términos de gasto, la leche semidesnatada concentra el 45,9%, con un total de 28,2 euros por persona, la leche desnatada el 23,6% con un total de 14,5 euros por persona, y la leche entera, con un porcentaje del 30,1% y 18,5 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN LECHE DE LOS HOGARES, 2023				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL LECHE LIQUIDA	2.942,7	62,9	2.872,6	61,4
LECHE PASTERIZADA	93,3	2,0	100,1	2,1
LECHE ESTERILIZADA	2.838,7	60,7	2.761,4	59,0
LECHE CRUDA	10,7	0,2	11,1	0,2
LECHE BOTELLA VIDRIO	0,1	0,0	0,3	0,0
LECHE BOTELLA PLÁSTICO	373,4	8,0	392,6	8,4
LECHE CARTÓN	2.557,5	54,7	2.467,9	52,8
LECHE BOLSA	1,0	0,0	0,8	0,0
LECHE ENVASADA	2.932,0	62,7	2.861,6	61,2
LECHE ENTERA	881,9	18,9	864,9	18,5
LECHE DESNATADA	701,5	15,0	678,7	14,5
LECHE SEMIDESNATADA	1.348,6	28,8	1.317,9	28,2
LECHE ENRIQUECIDA	408,2	8,7	418,7	8,9
CON CALCIO	175,6	3,8	181,9	3,9
CON VITAMINAS	62,6	1,3	60,7	1,3
CON OTROS ADITIVOS	170,0	3,6	176,1	3,8
BIFIDUS+FIBRA	1,6	0,0	2,4	0,1
RESTO OTROS ADITIVOS	168,4	3,6	173,7	3,7
TOTAL OTRAS LECHE	23,8	0,5	199,5	4,3
LECHE CONDENSADA	13,0	0,3	60,4	1,3
LECHE EN POLVO	7,2	0,2	127,0	2,7
LECHE EVAPORADA	3,6	0,1	12,1	0,3



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

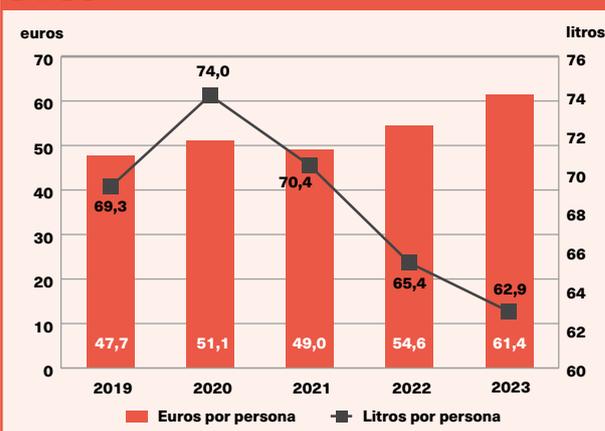
En términos per cápita, el consumo de leche durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- 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 cinco o más 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 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, jóvenes independientes y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Castilla y León, Galicia y La Rioja 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

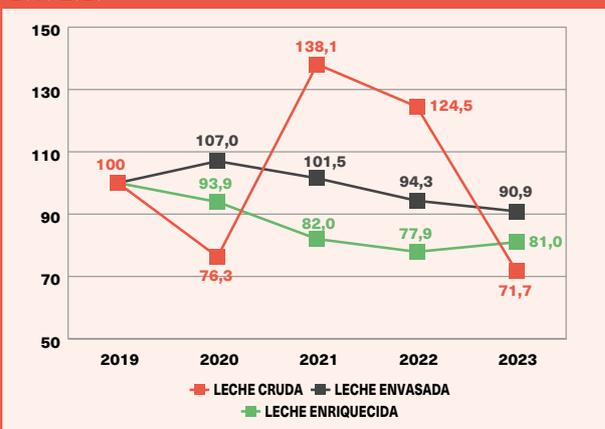
Durante los últimos años, el consumo de leche estaba disminuyendo pero en el año 2020 se produce un repunte motivado por los efectos de la COVID-19. En los ejercicios posteriores se ha producido un ajuste a la baja. En el año 2023, continúa esta reducción con un ajuste a la baja del consumo ya con valores inferiores a la etapa previa a la pandemia. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produjo en el año 2020, con 74,0 litros, mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el ejercicio 2023 (61,4 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN LECHE LÍQUIDA, 2019-2023

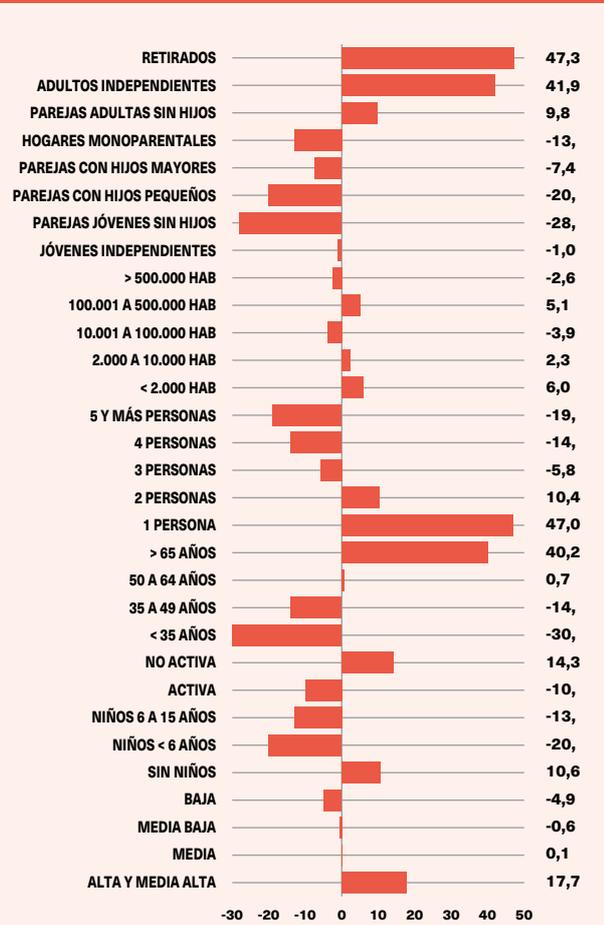


En la familia de leches, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido desigual para cada tipo de producto (destaca el repunte de la leche cruda durante 2021 aunque posteriormente se produce un retroceso). Respecto a la demanda de 2019, decrece el consumo de todos los tipos de leche (cruda, envasada y enriquecida).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE LECHE (2019=100), 2019-2023



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

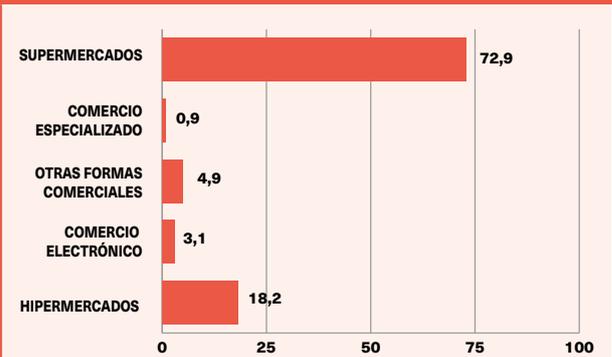


* Media nacional = 62,9 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de leche a los supermercados (72,9% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 18,2%, mientras que el establecimiento especializado concentra el 0,9%. El comercio electrónico llega al 3,1% de cuota mientras que el resto de formas comerciales acaparan el 4,9% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LECHE POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



PRODUCTOS LÁCTEOS REFRIGERADOS

Los productos lácteos refrigerados son los derivados de la leche, a los que se añaden las sustancias necesarias para su fabricación, siempre que dichas sustancias no se utilicen para sustituir, en parte o del todo, algún componente de la leche.

El mercado español de productos refrigerados lácteos, incluyendo yogures y postres lácteos, supera anualmente el millón de toneladas (producción e importación). La producción de yogures es la más abundante dentro de este grupo de productos.

Según los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el INE, la producción de yogures superó en 2023 los 1,04 millones de toneladas, por un valor de 1.477 millones de euros. De la producción total, 732.049 toneladas fueron yogures y otros productos similares aromatizados y 314.837 toneladas fueron sin aromatizar.

De las ventas totales de yogures, el grueso (casi 50%) fueron yogures sólidos. En cuanto a los postres lácteos, el mercado está muy dividido, aunque destacan sobre el resto los flanes y natillas.

Entre las nuevas líneas de productos que se introdujeron en el mercado en 2023 destacaron las alternativas enriquecidas con proteína, las vegetarianas, el kéfir y los nuevos yogures helados.

A este respecto, la empresa dedicada a la producción de yogur helado 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.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas productoras y comercializadoras de postres lácteos se caracteriza por una gran concentración y por la fuerte penetración de capitales internacionales. Los principales grupos del sector son filiales de enormes compañías multinacionales, junto a algunos especialistas de capital preferentemente español que tienen su origen en la recogida y producción de leche líquida y que han diversificado sus ofertas en los distintos segmentos del sector lácteo.

Algunos de los principales operadores del sector han internacionalizado sus plantas de producción para facilitar el acceso a otros mercados.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE BATIDOS Y HORCHATAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
J. García Carrión, S.A. (JGC) – Grupo *	1.100
Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A. (Capsa Food) *	968,5
Calidad Pascual S.A.U (*)	800
Lactalis Nestlé Productos Lácteos Refrigerados Iberia, S.A Grupo	289
Leche Celta, S.L. (Lactogal) *	151
Grupo Cacaolat, S.L. *	82,2
Fartons Polo, S.L. *	18
Costa Concentrados Levantinos, S.A.	13
Horchata Panach, S.L. – Grupo	13
La Chufera, S.A.	4,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES EMPRESAS DE YOGURES Y POSTRES LÁCTEOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Lactalis Iberia, S.A.*	1.688
Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A (Capsa Food)*	968,5
DANONE SA	875
Schreiber Foods España, S.L.	465
Grupo Andros (DHUL) (*)	175
Reina Group (*)	173
Kaiku Corp. Alimentaria	140
Postres Lácteos Romar	97,2
Agrup. De Cooperativas Lácteas (CLESA)	52,3
El Pastoret de la Segarra (*)	35,6

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones.



Aunque hay otras empresas que facturan más en el ranking de primeros productores de yogures y postres lácteos debido a que también cuentan con otras líneas de negocio, la primera productora específica de este tipo de productos es una multinacional francesa que en el año 2023 facturó 875 millones de euros (ventas totales, que incluyen otras producciones), cifra muy superior a la del año precedente. Sus marcas están muy consolidadas, pero tienen también una gran presencia en la marca de distribuidor (MDD).

El segundo grupo facturó, en su línea de postres lácteos y yogures, cerca de 465 millones de euros, una cifra superior a la del año precedente y la tercera también es un gran grupo lácteo, cuya producción conjunta (leche, postres, etc.) , supera las cifras de las anteriores.

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. Hace años, el mercado estaba dividido entre una gran empresa de origen francés y las MDD.

La Asociación Española de Fabricantes de Yogur y Postres Lácteos (AEFY) representa desde 1989 los intereses de las 12 empresas principales del sector y forma parte de la Federación Nacional de Industrias Lácteas (FENIL). Entre todos sus miembros producen más del 95% del yogur y los postres lácteos frescos del mercado español, llegando a casi 9 de cada 10 hogares.

COMERCIO EXTERIOR DE YOGURES

Durante 2023, las importaciones de yogures y leches fermentadas llegaron a 190.616 toneladas, una cifra superior en un 12,15% a la del año anterior, según los datos manejados por FENIL. El valor de estas compras ascendió a 335,99 millones de euros, casi un 24% más que un año antes.

En cuanto a las exportaciones, en 2023 se vendieron 185.778 toneladas, un 3,13% más que en el año anterior, que ya fue también muy bueno para las compras en el exterior.

Las importaciones de yogures y postres lácteos proceden mayoritariamente de los países de la Unión Europea, entre los que destaca Francia, ya que alcanza para más del 50% de todas las importaciones de yogures y un porcentaje ligeramente superior de postres. A continuación se sitúan Alemania y Austria.

Por su lado, el principal mercado de destino de las exportaciones españolas es Portugal, aunque alrededor de un tercio de todas las ventas en el exterior de productos lácteos se dirige hacia países fuera de la Unión Europea, lo que indica los esfuerzos de las empresas españolas para internacionalizar sus negocios. ■

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 7.000 cabezas reproductoras y 70 explotaciones ganaderas que producen más de 10 millones de litros de leche destinados a la elaboración de mantequilla protegida. Se comercializan cerca de 500.000 kilos de Mantequilla de l'Alt Urgell y la Cerdanya.

HELADOS

El sector de los helados volvió a tener en 2023 unos excelentes resultados, gracias al aumento de la demanda derivada del turismo. A pesar de la subida de los precios de las materias primas y del resto de los costes, aumentó la producción y creció el negocio de estas empresas, impulsado por el gran desarrollo de las marcas de distribución (MDD).

La producción industrial de helados en 2023 se situó en 402,3 millones de litros, 81 millones de litros más que en 2022, según los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE). El valor de estas producciones fue de 1.138,7 millones de euros, un 38% más que en el año anterior.

Hay que tener en cuenta que 2022 también fue muy bueno para este sector, pues se registraron aumentos tanto en el volumen producido, como en su valor.

Según datos de la consultora Circana, las marcas de distribuidor (MDD) supusieron en 2023 el grueso de las ventas, tanto en valor como en volumen. En volumen, de media, alcanzaron una cuota del 83,6% y en valor del 64,7%. La cuota de las MDD fue superior en los casos de helados a dividir (tartas, barras, etc.) y también en las tarrinas familiares. La primera marca de fabricante (MDF) tuvo una cuota del 7,9%.

De la producción total, caso el 64% eran helados individuales (palo, cono, sándwich, etc.) un 26% fueron tarrinas familiares y el resto (10%), helados a dividir. Con respecto al año anterior, aumentó la producción de helados individuales; se mantuvo la de tarrinas y descendió la de helados a dividir.

INNOVACIÓN CONSTANTE

Una característica singular del sector industrial de la producción de helados es su capacidad para innovar, tanto en la presentación de sus productos, como en la elaboración de los mismos,

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.

A este respecto, las industrias han incrementado su oferta de helados en los últimos años, dirigiéndola hacia productos más saludables y adaptados a los nuevos gustos de los consumidores (helados veganos, sin gluten, bajos en grasa, artesanos, etc.).

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Univeler España, S.A. (División helados. Estimación)	250
ICE Cream Factory Co. Marker, S.A.(Grupo Ferrero)	243
Froneri Iberia	235
Aiadhessa, S.A. (Grupo Alacant)	223
Grupo Helados Estiu	120
Lacrem	105
Grupo Kalise, S.A. *	58,8
General Mills Ibérica	47,2
Casty	45,5
Penalva Alimentación S-A* (Nordwik)	21

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023 * Incluye la facturación de otras producciones.

Además de la innovación, el sector de los helados también está haciendo frente al desafío que supone desestacionalizar el consumo. Para ello, al margen de aumentar su oferta todo el año, han sacado al mercado productos nuevos como el yogur helado.

También han irrumpido con fuerza en el mercado los helados proteicos, que son los que tienen una mayor cantidad de proteína y menos hidratos. Las ventajas de este tipo de helados es que contienen menos azúcares, más proteína, menos grasas y se consideran mejores para deportistas, personas que siguen una dieta de adelgazamiento, etc.

No obstante, hay que tener en cuenta que este tipo de helados tiene un sabor distinto a los convencionales y puede llevar más edulcorantes.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de los helados presenta una situación claramente dual, ya que existe un gran número de pequeños y medianos operadores (productores y comercializadores), junto a pocos y grandes grupos, muy a menudo filiales de enormes compañías multinacionales de otros sectores agroalimentarios, que son los que tienden a controlar la evolución del mercado.

Otra característica que define al sector de los helados es que hay muchas empresas jóvenes, con menos de una década de historia, de pequeño tamaño.

A este respecto, cerca de un 70% de las empresas heladeras se califica como microempresa; un 25% como pequeña empresa; un 3% como mediana empresa y un 2 % se considera gran empresa.

Andalucía es la comunidad donde se encuentra una mayoría de las empresas heladeras, seguida por la Comunidad Valenciana, Cataluña y Baleares. Las diez empresas más importantes del sector controlan alrededor del 85% de todas las ventas en valor y en volumen.

El grupo líder del sector helados es una filial de una gran compañía multinacional y registró en 2023 una facturación de 250 millones de euros en el sector, con marcas muy conocidas. Esta empresa, que facturó más que en el año anterior, es líder en todas las categorías de producto en los lineales.

La segunda empresa en facturación también es un gran grupo, que destaca por producir con muchas marcas de distribuidor (MDD), aunque también cuenta con marcas de fabricante conocidas. En 2023 facturó unos 243 millones de euros, cifra muy superior también a la del año anterior, con una producción que creció hasta superar 100 millones de litros.

Por su lado, la tercera empresa en importancia facturó 235 millones de euros y es también muy conocida en el mercado de las MDD. Esta empresa sacó al mercado casi 100 millones de litros de helado.

La gran mayoría de los grandes operadores del sector de los helados han apostado por internacionalizar sus plantas de producción, para situarlas cerca de los grandes mercados de destino.

QUESOS

La producción industrial de queso en España se elevó en 2023 a 676.170, un 2% más que en 2022. El valor alcanzado por estas producciones fue de 3.654,7 millones de euros, un 15% más que un año antes, de acuerdo con los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE).

De esta producción total, 116.166 toneladas fueron quesos frescos, requesones y cuajadas; 66.597 toneladas queso fundido (no incluye el queso rallado ni en polvo) y 493.407 toneladas, el resto de los quesos (pasta dura, blanda, rallado, en polvo, etc.). Con relación al

COMERCIO EXTERIOR

La mayor parte la producción nacional de helados (cerca del 75%) se consume en el mercado interno, pero las industrias prevén que hay margen para que ese consumo siga creciendo y también para que mejoren las ventas al exterior.

Según datos del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, en 2023 se exportaron 62.468 toneladas, un 7,7% más que en el año anterior, mientras que se importaron 79.598,4 toneladas, un 17,6% más. En estos datos están incluidas las compras y las ventas de todo tipo de helados. En cuanto al valor de este comercio, las importaciones ascendieron a 262,8 millones de euros, un 31,5% más que en el año anterior. Mientras, las exportaciones sumaron 323,8 millones de euros, casi un 30% más que un año antes.

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.

En importaciones de helados las principales partidas 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.

En el sector de los helados se producen muchos movimientos comerciales entre distintas filiales de una misma compañía, que no quedan reflejadas en las estadísticas de comercio exterior, por lo que las cifras reales pueden ser mucho mayores. ■

año anterior, decrecieron las producciones de fresco y fundido, pero se incrementó hasta en 63.000 toneladas la producción del último grupo.

La oferta de quesos en supermercados e hipermercados está dominada por las marcas de fabricante (MDF), pero no obstante la marca de distribuidor (MDD) va acortando distancias de año en año.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector industrial de los quesos estaba formado, hasta hace pocos años, por pequeñas empresas

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LOS QUESOS	
EMPRESA (Fabricantes e importadoras)	VENTAS Mill. Euros
Mondélez International Group (*)	570
Queserías Entrepinares, S.A	300
Grupo García-Baquero *	390
Grupo TGT*	357
Schreiber Foods España, S.L (*)	295,3
Grupo Lactalis Forlana	130
Queserías Lafuente, S.A	121
Grupo Frieslandcampina Iberia, S.L *	103
Mantequerías Arias	90
Arla Foods, S.A (*)	67

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023 * Incluye la facturación de otras producciones.

semiartesanales, que tenían influencia en los mercados locales. Con los años, se produjo un proceso de concentración que ha terminado 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 2023 un total de 900 millones de euros, pero incluyendo las aportaciones de otras empresas del sector. El segundo grupo llegó a los 515 millones de euros y el tercero, a los 500 millones de euros. Por debajo de estas empresas se situaron otras siete con facturaciones que oscilaron entre los 471 y los 140 millones de euros.

Dentro del sector del queso existen varias asociaciones de productores (de ámbito regional, comarcal, por denominación de origen o forma de elaboración artesanal, etc.).

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de quesos es claramente desfavorable para España, como ocurre con prácticamente todos los productos lácteos. De todas formas, en los últimos tiempos la balanza comercial ha tendido a equilibrarse, ya que las exportaciones han crecido a buen ritmo, al tiempo que las importaciones se han reducido.

En 2023 las exportaciones aumentaron hasta las 117.419 toneladas (un 0,6% más que un año antes), por un valor de 806 millones de euros (un 14,2% más). Por su parte, las importaciones también crecieron (un 10,6%) hasta las 361.700 toneladas, por un valor de 1.754 millones de euros, un 7,4% más.

El grueso del comercio de quesos se realiza con los países de la UE, tanto en compras como en ventas. En el caso de las importaciones, los principales proveedores en 2023 fueron Países Bajos (24,5% del volumen total y 22,5% del valor de las importaciones), Alemania (21,9% y 20,2%) y Francia (16,5% y 17,6%). Pero también fueron importantes las entradas de quesos desde Italia, Bélgica y Dinamarca. Sólo esos 6 países representaron el 89,3% de todas las importaciones de quesos en valor y el 88,6% en volumen, según los datos de la interprofesional láctea INLAC.

Con respecto a las exportaciones, los mercados principales en 2023 fueron Francia (21,8% en volumen y 21,4% en valor), Portugal (23,6% y 17,9%) y Estados Unidos (7,4% en volumen y 13% en valor). También se exportó queso a Italia, Reino Unido y Alemania, entre otros. ■



CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 1.496,2 millones de kilos de derivados lácteos y gastaron 6.977,4 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 32,0 kilos de consumo y 149,1 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al yogur (8,9 kilos por persona), seguido del queso, con 7,6 kilos per cápita al

año, y de los helados y tartas, que suponen un consumo de 3,4 kilos por persona al año. En términos de gasto, el queso concentra el 48,1%, con 71,8 euros por persona al año, y resulta significativa la participación del queso semicurado (21,4 euros) y del fresco (13,3 euros). Por su parte, el yogur supone el 13,9% del gasto total en este tipo de productos, con 20,8 euros por persona al año, mientras que los helados y tartas representan el 10,9%, con 16,2 euros per cápita anuales.

CONSUMO Y GASTO EN DERIVADOS LÁCTEOS DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL DERIVADOS LÁCTEOS	1.496,2	32,0	6.977,4	149,1
BATIDOS DE LECHE	83,5	1,8	150,6	3,2
BATIDOS DE YOGUR	58,7	1,3	118,4	2,5
LECHES FERMENTADAS	583,7	12,5	1.586,0	33,9
YOGUR	415,9	8,9	971,2	20,8
YOGUR CON ADITIVOS	103,0	2,2	306,1	6,5
YOGUR SIN ADITIVOS	312,8	6,7	665,2	14,2
YOGUR NATURAL	106,0	2,3	207,4	4,4
YOGUR SABORES	94,8	2,0	180,8	3,9
YOGUR FRUTAS	13,3	0,3	38,8	0,8
YOGUR DESNATADO	77,6	1,7	170,9	3,7
YOGUR ENRIQUECIDO	4,4	0,1	26,0	0,6
OTROS	119,8	2,6	347,4	7,4
YOGUR CON BIFIDUS	91,2	2,0	307,3	6,6
OTRAS LECHES FERMENTADAS	76,6	1,6	307,5	6,6
MANTEQUILLA	16,3	0,3	169,9	3,6
MANTEQUILLA LIGHT	1,9	0,0	22,6	0,5
MANTEQUILLA NORMAL	14,4	0,3	147,3	3,1
QUESO	353,7	7,6	3.358,5	71,8
QUESO FRESCO	93,7	2,0	623,2	13,3
FRESCO LIGHT	25,2	0,5	119,2	2,5
FRESCO SIN SAL	0,4	0,0	3,3	0,1
FRESCO BAJO SAL	2,9	0,1	26,4	0,6
FRESCO CALCIO	4,1	0,1	10,1	0,2
QUESO FUNDIDO	34,9	0,7	261,9	5,6
QUESO TIERNO	25,4	0,5	231,8	5,0
QUESO SEMICURADO	90,1	1,9	1.001,1	21,4
QUESO CURADO	17,6	0,4	227,4	4,9
QUESO OVEJA	11,3	0,2	159,8	3,4
QUESO CABRA	11,4	0,2	159,2	3,4
QUESO DE BOLA	9,2	0,2	107,6	2,3
QUESO EMMENTAL Y GRUYERE	4,0	0,1	40,4	0,9
QUESO TIPO AZUL	3,8	0,1	54,7	1,2
OTROS TIPOS QUESO	52,2	1,1	491,5	10,5
HELADOS Y TARTAS	161,1	3,4	755,7	16,2
HELADOS	140,4	3,0	638,7	13,7
TARTAS	20,7	0,4	117,1	2,5
NATA	45,9	1,0	179,1	3,8
NATILLAS	33,5	0,7	99,8	2,1
FLANES PREPARADOS	40,5	0,9	135,9	2,9
CUAJADAS	7,9	0,2	26,1	0,6
CREMA DE CHOCOLATE	12,9	0,3	38,4	0,8
CREMA CATALANA	1,2	0,0	8,4	0,2
POSTRES CON NATA	11,2	0,2	41,1	0,9
OTROS DERIVADOS LÁCTEOS	86,1	1,8	309,4	6,6

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de derivados lácteos durante el año 2023 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 medi-

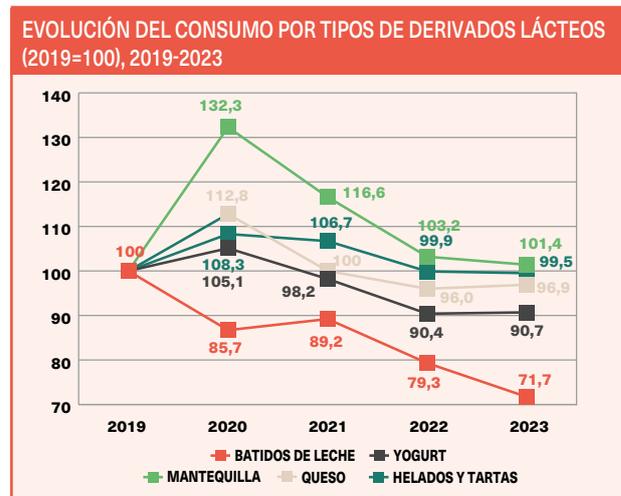
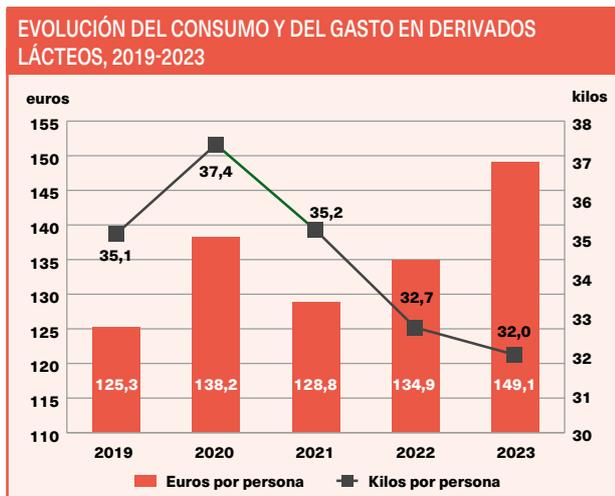
da que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.

- Los consumidores que residen en grandes municipios (de 100.000 a 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de derivados lácteos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos urbanos (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, en los hogares monoparentales, y entre las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, Baleares y Canarias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Aragón, La Rioja y Castilla-La Mancha.

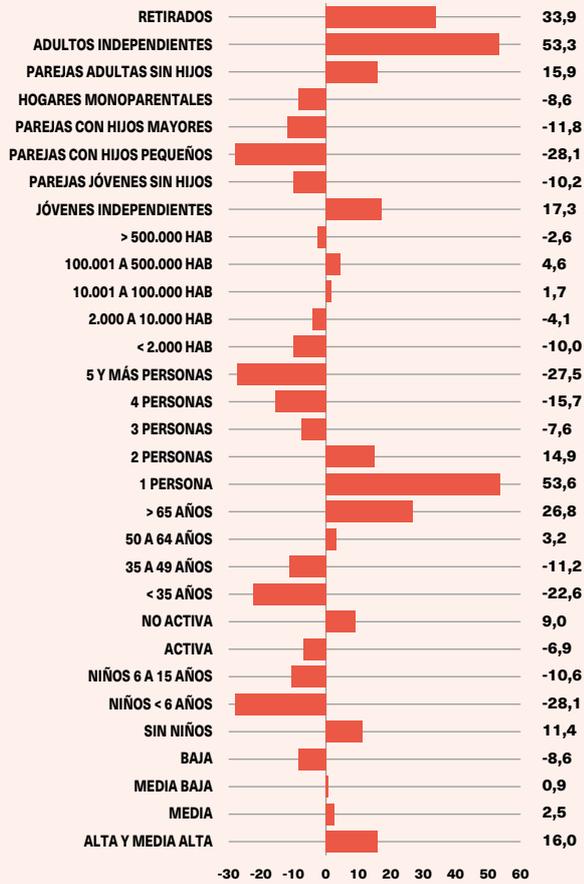
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, tanto el consumo como el gasto de derivados lácteos se había mantenido estable en términos per cápita aunque en el año 2020 se produce un repunte motivado por los efectos de la COVID-19. Sin embargo, en los ejercicios 2021, 2022 y 2023 se produce un ajuste a la baja en el consumo aunque no en el gasto. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produce en el año 2020 (37,4 kilos por consumidor) mientras que el gasto más significativo aparece en el año 2023 (149,1 euros por consumidor).

En la familia de derivados lácteos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque, en términos generales, se produce un repunte en el año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 que luego se ajusta en los siguientes años con descensos de diferente intensidad. Respecto a la demanda de 2019, crece el consumo de mantequilla, mientras que en el caso de tartas, yogurt, queso y batidos de leche se produce un descenso.



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

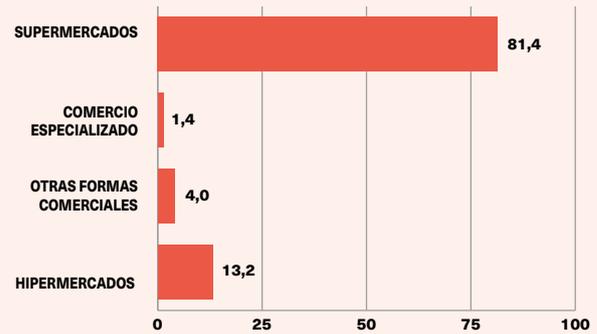


* Media nacional = 32,0 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de derivados lácteos a los supermercados (81,4% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 13,2% y los establecimientos especializados llegan al 1,4%. Otras formas comerciales alcanzan la cuota del 4,0% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE DERIVADOS LÁCTEOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



MANTEQUILLA

De acuerdo con la encuesta anual de producto que publica el INE, en 2023 se produjeron en España 45.485 toneladas de mantequilla industrial, un 15% menos que en el año anterior.

El valor de esta producción ascendió a 307 millones de euros, unos 70 millones menos que un año antes. Hay que tener en cuenta que en el año 2022 se recuperó la producción de forma considerable.

La mantequilla es un derivado lácteo, con un elevado contenido graso, que en forma de emulsión es más o menos sólida. El producto apto para el consumo humano debe poseer un porcentaje de materia grasa láctea igual o superior al 80% e inferior al 90% y contenidos máximos de agua del 16% y de materia láctea seca no grasa del 2%.

Al ser principalmente grasa láctea, la mantequilla conserva las vitaminas liposolubles presentes en la leche como las vitaminas A, D y E.

La mantequilla se obtiene por el batido de la nata. Ésta se produce a través de un proceso conocido como desnatado de la leche, es decir, la separación de la nata o crema de la leche entera. Una vez obtenida la nata, ésta es sometida a diversos procedimientos para la elaboración de la mantequilla (normalización, neutralización, pasteurización, maduración de la nata, batido, lavado y amasado).

Antes de la etapa de maduración tiene lugar la inoculación a la nata de microorganismos (bacterias) que dan aroma a la nata. Posteriormente, la nata es sometida a un proceso de maduración que le proporciona aroma y sabor. Esta etapa consiste en un tratamiento térmico seguido de una fase de enfriamiento que dará a la grasa una estructura cristalina y sólida.

Por último, tienen lugar las fases de batido, lavado y amasado, a través de las cuales se obtiene el producto final. Estas fases afectan al aroma, sabor, calidad de conservación, apariencia y color de la mantequilla.

Existen varios tipos de mantequilla, pues el producto final se comercializa con distintos contenidos de sal, de grasa (hay productos "light"), o incluso se puede

elaborar con leches distintas a la de vaca, que es la más común. En este sentido, también se puede hacer mantequilla con leches de oveja y de cabra, que se caracterizan por presentar un color más claro y un contenido graso mayor.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La producción de mantequilla está muy ligada a la industria láctea y por ello, los principales productores son los mismos grupos lácteos que operan en el mercado de leche de consumo.

También hay un grupo de empresas más artesanales, que están vinculadas con las dos marcas de calidad que existen de este producto: La DOP Mantequilla de l'Alt Urgell y la Cerdanya/Mantega de l'Alt Urgell i la Cerdanyan (Cataluña) y la DOP Mantequilla de Soria (Castilla y León).

La primera es una mantequilla muy untuosa, fácil de fundir, de color uniforme, aunque su tonalidad varía si se produce en verano o en invierno. El olor y el sabor de esta mantequilla es muy intenso y recuerda a la avellana.

Por su lado, la protección de la DOP Mantequilla de Soria abarca a las tres variedades de mantequilla que tradicionalmente se vienen elaborando: Natural, Salada y Dulce. Su sabor y olor depende del tipo de mantequilla.

COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial siguió siendo deficitaria en 2023, ya que las exportaciones se desplomaron después de varios años de crecimiento sostenido. Según los datos de Comercio, se exportaron ese año 14.251 toneladas de mantequilla, un 33,5% menos que en 2022. En valor, las exportaciones superaron los 83,4 millones de euros, un 44,5% menos que en 2022.

Por su lado, las importaciones aumentaron un 20,3%, hasta alcanzar un volumen de 35.473 toneladas. El valor de estas compras llegó a los 198,6 millones de euros, un 7,3% más que un año antes. ■

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 troncónea o de calabacín con un peso entre 200 y 600 gramos, tiene corteza natural y consistencia variable según el grado de maduración. Se elaboran cuatro variedades, según la forma y si se adiciona o no pimentón: Atroncau Blancu, Atroncau Roxu, Trapu Blancu y Trapu Roxu.

DATOS BÁSICOS: Se producen en torno a 920.000 litros de leche con destino a la elaboración de quesos con DOP. El Consejo Regulador tiene registradas 8 queserías que comercializan más de 128.000 kilos de queso con DOP, que se distribuyen preferentemente en el mercado nacional.

Cabrales

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de queso comprende 18 términos municipales de la comarca de Cabrales y 3 municipios de Peñamellera Alta, en el Principado de Asturias.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora con leche cruda de vaca o con mezcla de leche de oveja y cabra. El proceso de maduración oscila entre 3 y 6 meses y se efectúa en cuevas naturales de la comarca de Cabrales. De forma cilíndrica, su peso es de 1 a 2,5 kilos, de corteza blanda, untuosa, de color amarronado anaranjado, despiden un fuerte olor muy característico. Mantecoso al paladar, ligeramente picante y con un intenso retrogusto de excelente calidad.

DATOS BÁSICOS: Están censadas más de 3.500 cabezas de ganado en 41 explotaciones ganaderas que producen 5 millones de litros de leche al año. Las 32 queserías registradas producen y comercializan una media anual de 500.000 kilos de queso, que se destinan en su totalidad al mercado nacional, excepto un pequeño porcentaje que se exporta a la UE y países de América.

Arzúa-Ulloa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El territorio de producción de leche y elaboración del tradicional "queso gallego" amparado por la DOP comprende 32 municipios de la Galicia central.

CARACTERÍSTICAS: se elabora con leche entera, cruda o pasteurizada, de vacas de razas Rubia Gallega, Frisona, Pardo Alpina y sus cruces. El tiempo mínimo de maduración es de 6 días. Su forma es lenticular o cilíndrica, con los bordes redondeados, y su peso oscila entre 0,5 y 3,5 kg. La corteza es fina y elástica, de color amarillo, brillante, limpia y lisa. La masa es de color uniforme, entre blanca marfil y amarillo pálido, de aspecto brillante, sin grietas, y puede presentar ojos en número reducido. Su aroma es lácteo, intenso a mantequilla, con matices de yogur, y también nata y nuez, de intensidad débil. Su sabor es elemental de leche, ligeramente salado y de acidez media. La textura es fina, poco húmeda, poco firme y con elasticidad baja. En la boca es fundente y soluble. Se ampara también un Arzúa-Ulloa Curado, con un periodo de maduración mínima de 6 meses.

DATOS BÁSICOS: están inscritas más de 1400 explotaciones ganaderas con más de 30.000 vacas productoras, y 21 queserías que elaboran una media anual de 3,4 millones de kilos de Arzúa-Ulloa, lo cual significa que esta DOP es la segunda de las de los quesos españoles, y la primera entre las que amparan quesos de leche de vaca. Más del 80% se consume en Galicia, donde popularmente se le conoce también como "el queso del país".

Cebreiro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción del Queixo do Cebreiro se localiza en 13 concejos al sudeste de la provincia de Lugo.

CARACTERÍSTICAS: El queso se elabora con leche pasteurizada de vaca de las razas Rubia Gallega, Pardo Alpina, Frisona o sus cruces, aunque también se puede utilizar leche de cabra en una proporción que no supere el 40% del total. El periodo de maduración oscila entre 48 horas para el fresco y 2 meses para el curado y su peso va de 0,3 kilos a 2 kilos. El queso se presenta en forma de seta o gorro de cocinero y de corteza fina o inexistente. La pasta es granulosa, blanda, untuosa y fundente en el paladar, con sabor levemente ácido.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 6 productores y 4 empresas queseras que comercializan una media anual de 30.000 kilos de queso con Denominación de Origen Protegida.

Formatge de l'Alt Urgell i La Cerdanya

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La Denominación de Origen Protegida ampara la producción de leche y la elaboración del queso en las comarcas de l'Alt Urgell y la Cerdanya de

las provincias de Lleida y Girona.

CARACTERÍSTICAS: Se utiliza exclusivamente leche fresca de vaca. El proceso de maduración se prolonga durante un mínimo de 45 días en cavas. Los quesos son de forma cilíndrica, de 2,5 kilos de peso, de pasta prensada, no cocida, de color crema o marfil, de textura tierna y cremosa, de aroma dulce y penetrante, gusto suave, agradable y muy característico.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas aproximadamente 7.000 cabezas reproductoras y 70 explotaciones ganaderas que producen más de 3 millones de litros de leche destinados a la elaboración de queso protegido. Se comercializan más de 300.000 kilos de Queso de l'Alt Urgell y la Cerdanya.

Gamoneu (Gamonedo)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica está situada en el Parque Nacional de Picos de Europa y los municipios que la integran son Cangas de Onís y Onís en el Principado de Asturias.

CARACTERÍSTICAS: Es graso, ahumado, madurado, de corteza natural, elaborado artesanalmente con mezcla de leche de oveja, vaca y cabra. Es de forma cilíndrica y su peso oscila entre 0,5 y 7 kilos, la consistencia de la pasta es dura o semidura. Su color en el interior es blanco o blanco amarillento y azulado-verdoso en su exterior, y según la cepa de moho de las cuevas llega a adquirir un color rojizo. Su sabor presenta un predominio suave de humo y ligeramente picante. En boca evoluciona a mantecoso y con regusto persistente a avellanas. Las variedades autorizadas son las tradicionales "Gamoneu" o "Gamonedo" del Puerto y "Gamoneu" o "Gamonedo" del Valle.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 22 explotaciones ganaderas que producen más de 1.116.835 litros de leche con destino a la elaboración de producto. Están registradas 21 queserías que comercializan 94.108 kilos de queso con DOP.

Idiazabal

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción del queso con Denominación de Origen Protegida Idiazabal se extiende por todo el País Vasco y Navarra (excepto la zona del valle del Roncal).

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utiliza exclusivamente leche cruda de oveja de las razas Latxa y Carranzana. El período de maduración mínimo es de 2 meses. Se producen quesos ahumados y sin ahumar y el peso puede oscilar entre 1 y 3 kilos. De sabor intenso, amplio, limpio y consistente, resulta un queso equilibrado y con una marcada y definida personalidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas unas 400 explotaciones, que producen una media anual de 9,5 millones de litros de leche. Las 124 queserías que producen aproximadamente unas 1.400 toneladas de queso Idiazabal al año. Declarado "Producto Patrimonio Culinario Europeo".

Mahón

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de queso comprende todo el territorio de la isla de Menorca, en Baleares.

CARACTERÍSTICAS: Los quesos se elaboran con leche entera de vaca; tienen forma cuadrada y un peso entre uno y cuatro kilos.

Se fabrican tres variedades: Tierno, de 21 a 60 días de maduración, resulta suave, blando y elástico, de aromas lácticos y ligero sabor ácido; Semicurado, de 2 a 5 meses de maduración, anaranjado o pardo si es artesano y reminiscencias a 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 725 explotaciones ganaderas, con más de 20.600 vacas, que producen unos 15,4 millones de litros de leche. Las 25 queserías registradas producen una media anual de 1,9 millones de kilos de queso, que se comercializan en un 85% en el mercado nacional y el 5% restante se destina a la exportación.

Si crees que
la tierra es plana
y los quesos
también, este
no es tu queso.

SOBRESALIENTE



Queso de Flor de Guía y Queso de Guía

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Se produce en el noroeste de Gran Canaria, en los municipios de Santa María de Guía, Gáldar y Moya.

CARACTERÍSTICAS: Es un queso elaborado con leche de oveja o mezcla de esta con leche de vaca canaria y sus cruces o cabra de cualquiera de

las razas canarias. Para su fabricación, totalmente artesanal, se utiliza cuajo vegetal, obtenido de la flor de cardo azul, de ahí su nombre. Su corteza, de color amarillo-blanquecino, resulta ligera, y el interior es compacto, aunque con pequeñas galerías de origen fermentativo. De graso a extragrasso, su forma cilíndrica es bastante aplanada, con los bordes redondeados y las caras con estrías. Su tamaño es medio y el peso supera los 2 kilos. En el paladar resulta mantecoso y fundente, con un sabor característico, suave aunque bastante desarrollado y en el que se mezclan componentes tanto dulzones como amargos.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta DOP, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Queso de La Serena

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de elaboración y producción de queso abarca 21 municipios de la comarca de La Serena, en la provincia extremeña de Badajoz.

CARACTERÍSTICAS: Para la elaboración del queso se utiliza exclusivamente leche cruda de oveja de raza Merina. El período de maduración mínimo es de 2 meses y el peso oscila entre 700 gramos y 2 kilos. Su cremosidad depende del grado de maduración, denominándose "Atortados" a los que presentan una pasta blanda, fluida y mantecosa, persistente al paladar. Y con la indicación "Asentados" a los que presentan una pasta y corteza duras y un ligero aunque exquisito sabor picante.

DATOS BÁSICOS: 60.000 ovejas y 49 explotaciones ganaderas producen más de 83.000 litros de leche al año. Las 5 queserías registradas producen una media anual de más de 20.000 kilos de queso certificado. En 2023 el total de la producción de queso certificado se destinó a mercado nacional.

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 tarrañas 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 121 granjas suman un censo de 90.123 cabras Murciano-Granadinas. Hay 8 queserías certificadas por el Consejo Regulador que alcanzaron en 2023 una producción total de 1.100.653 kilos de los tres tipos de queso. El queso Murcia al vino y Murcia curado se exportan en un 84 y 55 % respectivamente, mientras que el Murcia Fresco DOP se distribuye a nivel nacional.

Queso Ibores

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción abarca las comarcas naturales de Ibores, Trujillo, La Jara y Villuercas, situadas en el sureste de Cáceres (Extremadura).

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utiliza leche cruda de cabra Serrana, Verata, Retinta y sus cruces. Al término de su proceso de maduración, el queso presenta un color amarillo céreo a ocre oscuro, siendo tradicional la presentación pimentonada, así como untados en aceite. Se trata de un queso graso, de irresistible sabor, mantecoso al paladar, moderadamente picante, suavemente caprino en el retrogusto y con aromas a leche cruda.

DATOS BÁSICOS: 18.007 cabras censadas en 56 explotaciones ganaderas extensivas y familiares producen leche de calidad, que elaboran las 8 queserías inscritas productoras de Queso Ibores. Durante la última campaña se comercializaron en torno a 140.000 kilos de Queso Ibores.

Queso Majorero

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



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 gofio. El queso es de color blanco en los tiernos y ceroso en los curados, de textura cremosa y sabor ácido y algo picante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están censadas más de 25.664 cabras y 51 explotaciones ganaderas, se produjeron 1.797.263,24 litros de leche. Las 11 queserías inscritas. En el año 2023 se comercializaron 261.016,52 kg de los cuales 4.053,73 kg se exportaron a otros países.



Origen, Tradición y Calidad



Elaborado con leche de cabra Murciano-Granadina



quesosdemurcia.com

QUESERÍAS INSCRITAS



Central Quesera Montesinos, S.L.U.



Alimer S. Coop.



Félix Cano Torregrosa



Queserías Villavieja S.L.



Palancares Alimentación, S.L.



Especialidades Lácteas S.L.U.



La Yerbera Coagacart S.C.L.



Biogéminis, S.L.

Queso Manchego

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción se extiende por 399 municipios de Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo, en Castilla-La Mancha.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración de forma artesanal o industrial se utiliza exclusivamente leche cruda o pasteurizada de oveja Manchega. La maduración mínima es de 30 días para quesos con peso igual o inferior a 1,5 kg. y de 60 días para el resto de formatos. La maduración máxima es de 2 años. Su peso oscila entre 0,4 y 4 kg. Puede ser semicurado o curado y también en aceite. De pasta firme y compacta, de color amarillento o pardo oscuro, el sabor es fuerte, sabroso, de buen bouquet y retrogusto. Está considerado como uno de los mejores quesos de oveja del mundo.

DATOS BÁSICOS: 700 ganaderías y más de 550.000 ovejas producen más de 80 millones de litros de leche al año; 67 queserías artesanales e industriales elaboran y comercializan anualmente cerca de 15,5 millones de kilos de queso, de los que un 60% se destina a los mercados de exportación.

Queso Palmero

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción y elaboración se localiza en todos los municipios de la isla de San Miguel de la Palma, en la provincia de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora con leche de cabras de la raza Palmera, alimentadas aprovechando los recursos forrajeros de la zona de producción. Los quesos pueden ser ahumados con el humo de cáscaras de almendras, tunera seca y pino canario o madurados untados con aceite, gofio y harina. El producto resultante es de forma cilíndrica, un peso entre 0,75 y 15 kilos, de corteza blanca-amarillenta o parda, de pasta brillante o marfil, de textura firme y mantecosa, sabor ligeramente ácido.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 2.616 cabezas de ganado y 17 explotaciones ganaderas que producen algo más de un millón de litros de leche al año, de los que cerca de 238.000 están destinados a la elaboración de queso protegido. Las 17 queserías artesanales inscritas comercializan una media anual de 34.000 kilos de queso con DOP, que se destinan todos al mercado nacional.

Queso Zamorano

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración y producción abarca toda la provincia de Zamora, en la comunidad autónoma de Castilla y León.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración de forma artesanal o industrial se utiliza exclusivamente leche de oveja de las razas Churra y

Castellana. El proceso de maduración nunca es inferior a 100 días y el peso puede alcanzar hasta 4 kilos. Puede ser curado o viejo, de pasta firme, compacta, de color variable desde el blanco hasta el amarillo marfil, con un sabor y aroma característicos, bien desarrollados, intensos y persistentes al paladar.

DATOS BÁSICOS: Están censadas 60 explotaciones ganaderas, con 39.696 ovejas, que producen 1,7 millones de litros de leche al año, y 9 queserías artesanales e industriales que comercializan una media anual de 330.000 kilos de queso, de los que el 85% se destina al mercado nacional y el resto a la exportación.

Quesucos de Liébana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de queso comprende 8 términos municipales de la comarca de Liébana, al oeste de Cantabria.

CARACTERÍSTICAS: Se elaboran con mezcla de leche de vaca (Tudanca, Pardo Alpina y Frisona), oveja (Lacha) y cabra (Pirenaica y cabra de los Picos de Europa). El período de maduración es de 2 meses cuando se utiliza leche cruda e inferior cuando es con leche pasteurizada. El peso oscila entre los 400 y los 600 gramos y pueden elaborarse ahumados, resultando de color amarronado, con un ligero sabor y olor a humo. Sin ahumar son quesos de pasto firme y compacto y de color ligeramente amarillento.

DATOS BÁSICOS: Las 1.397 cabezas de ganado censadas (vacuno, ovino y caprino) en el Consejo Regulador y 23 explotaciones ganaderas producen 417.749 litros de leche al año. Las 6 queserías registradas producen y comercializan una media anual de 44.461 kilos de queso, que se destinan en su totalidad al mercado nacional.

San Simón da Costa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción y elaboración se localiza en la comarca de Terra Chá, al norte de la provincia de Lugo, en Galicia.

CARACTERÍSTICAS: El queso se elabora con leche de vaca procedente de las razas Rubia Gallega, Pardo Alpina, Frisona y sus cruces.

El proceso de maduración es de 60 días y después se procede al ahumado con madera de abedul. El queso presenta una forma entre peonza y bala, su corteza es de color amarillo-ocre y algo grasienta. La pasta es de textura fina, grasa, semidura, de color entre blanco y amarillo, y suave al corte. Se comercializa en formato ordinario de 0,8 a 1,5 kilos y en formato bufón de 400 gramos a 800 gramos.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene registradas 11.916 cabezas de ganado, 346 explotaciones ganaderas y 10 empresas queseras, que comercializan una media anual de 480.680 kilos de queso con DOP, destinados principalmente al mercado nacional.



Roncal

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de elaboración y producción de queso con Denominación de Origen Protegida se localiza en los 7 municipios que conforman el Valle del Roncal, en la Comunidad Foral de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: Para su elaboración se utiliza exclusivamente leche cruda de oveja de las razas Latxa y Rasa. El período de maduración mínimo es de 4 meses. El queso es de formato cilíndrico, bien cortado, compacto y de corte frágil. De color blanco marfil, tirando a amarillo pálido, posee un sabor recio, pronunciado, ligeramente picante, muy definido y mantecoso al paladar.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están censadas 52.905 ovejas en 206 explotaciones ganaderas, que producen 2,5 millones de litros de leche al año. Las 5 queserías registradas elaboran y comercializan una media anual de 413.144 kilos de queso, que se venden en más del 90% en el mercado nacional y el resto se destina a la exportación.

Torta del Casar

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA Y CARACTERÍSTICAS:

Los quesos Denominación de Origen Protegida (DOP) Torta del Casar se elaboran en 36 municipios de la provincia de Cáceres, a base de leche cruda de oveja, cuajo vegetal natural procedente de la flor del cardo *Cynara cardunculus* y sal.

De pasta unttable de color blanco a marfil, textura blanda y fundente al paladar, presenta un aroma intenso y sabor desarrollado, apenas salado y ligeramente amargo, característica esta debida al uso del cuajo vegetal.

IDENTIFICACIÓN: La Torta del Casar resulta muy apreciada y, por supuesto, muy imitada. Es por ello que es fundamental destacar que los quesos certificados por la Denominación de Origen Protegida (DOP) Torta del Casar vienen rodeados por una exclusiva etiqueta de control rojo y oro, y numeradas individualmente, lo que constituye el elemento común que hace que se diferencie de cualquier otro queso de características parecidas.

DATOS BÁSICOS: Actualmente el Consejo Regulador tiene inscritas 22 ganaderías con 16.000 ovejas que han producido en 2020 un total de 2.728.500 litros. Por su parte, las 6 industrias queseras certificadas produjeron 292.100 kilos que se están comercializando en tres formatos de aproximadamente 350 g, 600 g y 900 g, con un fuerte incremento de las ventas de los dos primeros. El principal mercado es nacional (96%), siendo las principales áreas comerciales Extremadura y Madrid, mientras que en el exterior es la Unión Europea el mercado principal.

CARNES



El sector ganadero-cárnico es un motor fundamental de la economía rural y es un agente indispensable de desarrollo social y económico. La ganadería emplea de forma directa a unas 500.000 personas y las industrias cárnicas y el comercio minorista de la carne, a cerca de 200.000 empleados. La actividad ganadera se desarrolla en más de 350.000 granjas, distribuidas por todas las comunidades autónomas.

A efectos de calcular la renta agraria, el subsector de las carnes y el ganado generó en 2023 un valor total de 19.895 millones de euros expresados en valores corrientes a precios básicos, una cifra superior en un 10% a la del año precedente, según los datos del Ministerio de Agricultura.

El subsector cárnico-ganadero representó en 2023 el 30,4% de la Producción Final Agraria y el 72% de la Producción Final generada por todo el sector animal, de lo que se deduce su importancia por encima de otras producciones de origen animal como la leche o los huevos.

A grandes rasgos y en conjunto, en 2023 se produjo una caída en el volumen de producción (-3%) con respecto

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE LAS PRINCIPALES CARNES (Miles de toneladas)			
CCAA	2021	2022	2023
AVES	1.629,45	1.632,7	1.718,4
CAPRINO	10,12	11,4	9,44
CONEJOS	47,52	40,93	36,90
OVINO	120,38	119,81	106,16
PORCINO	5.180	5.027,4	4.851,85
VACUNO	717,87	733,75	694,8
*OTRAS CARNES	9	8,8	8,30
TOTAL	7.758,83	7.574,8	7.425,85

FUENTE: MAPA.*Equino principalmente

al año anterior, así como también un incremento de los precios medios de la carne y el ganado (13,1%). Esto mismo, pero con otros porcentajes, ocurrió ya en 2022.

Sumando todas las producciones, se alcanzaron los 7,42 millones de toneladas de carne, un 2% menos que

en el año anterior, en el que también bajó la producción media en un porcentaje similar.

Frente la caída de la producción, se produjo un aumento del valor de la exportación. En su conjunto, las exportaciones de carnes y productos cárnicos alcanzaron en 2023 un valor de 10.299 millones de euros, un 5,9% más que en el año anterior, según datos del Ministerio de Agricultura. El grueso de estas ventas fueron a los países de la UE y el subsector cárnico que

más exportó, con mucha diferencia sobre el resto, fue el porcino.

En la Unión Europea, por su lado, el conjunto de las producciones cárnicas generó en 2023 un valor -a efectos de calcular la renta agraria- de unos 120.300 millones de euros. Este subsector cárnico representa el 56,5% del valor de toda la Producción Ganadera final de la UE y el 22% del valor de toda la Producción Agraria generada.

PORCINO

Por su aportación a la economía, el porcino es el principal sector ganadero en España. En 2023, el sector del porcino supuso el 41,3% de la Producción Final Ganadera y el 17,4% de la Producción Final Agraria (porcentajes ambos superiores a los del año anterior), según los datos del Ministerio de Agricultura, publicados a efectos de calcular la renta agraria anual.

Expresado en euros corrientes, el valor alcanzado por el sector porcino en el año 2023 ascendió a 11.413 millones de euros, unos 1.400 millones de euros más que en 2022.

A efectos de la renta agraria, la producción de carne de porcino disminuyó en cantidad un 3,5% (el año anterior había disminuido también un 2,2%) y los precios subieron un 19,1%, dos hechos que propiciaron una subida del valor final generado por este subsector a efectos de calcular la renta agraria en un 15%, según el Ministerio de Agricultura.

Según los datos de la Encuesta de Sacrificio en Mataraderos, en 2023 se frenó la tónica de crecimiento de los últimos años y se redujo la producción nacional hasta los 4,8 millones de toneladas, un 3% menos.

Al contrario que en el año anterior, el número de explotaciones dedicadas al porcino disminuyó en 2023 hasta las 46.023 granjas, de las que 14.278 eran de capacidad reducida. En los últimos años, el sector ha sufrido una profunda reestructuración.

La falta de coincidencia entre las regiones con más explotaciones y las que tienen más ganado se debe a que en las últimas priman las granjas intensivas de mayor tamaño.

Al acabar 2023 el censo de porcino de producción cárnica rondaba los 34,4 millones de cabezas, un

PRODUCCIÓN DE CARNE DE PORCINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Toneladas)			
CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	310.914	289.158	284.360
ARAGÓN	1.023.560	978.397,8	1.016.636,6
ASTURIAS	4.436,3	4.398	4.389
BALEARES	3.289	3.118	2.757
C. VALENCIANA	127.611	127.702	109.352
CANARIAS	5.173	4.739,2	4.336,5
CASTILLA LA MANCHA	413.969	392.019	369.451
CASTILLA y LEÓN	631.315	649.317	608.628
CATALUÑA	2.080.549	2.019.354	1.947.129
EXTREMADURA	70.651	67.033,8	59.769,4
GALICIA	88.398	82.721	78.631
MURCIA	369.224	370.878	335.357
OTRAS COMUNIDADES	50.969	38.567	31.062
TOTAL	5.180.058	5.027.402	4.851.858

FUENTE: MAPA

PRODUCCIÓN DE CARNE DE PORCINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	120.340	121.542	122.000
UE	23.393,7	22.066	20.621,7
ESPAÑA	5.180	5.027,4	4.851,8

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

1,1% más que en 2022. Por su censo, destacan Aragón (31,6% del total), Cataluña (27,5%), Castilla y León (11,5%) y Murcia (7,6%).

Respecto al comercio exterior, al contrario que en los seis años previos, en 2023 se redujeron de nuevo las ventas exteriores de carne de porcino y productos derivados. Según los datos de Aduanas, se alcanzó en el conjunto del año un volumen de cerca de 2.777.524 toneladas (un año antes casi se llegó a los 2,9 millones de toneladas y en 2021 se alcanzó la cifra récord de 3,1 millones). De este total, 1,5 millones de toneladas fueron ventas a la Unión Europea y el resto a países terceros.

Respecto a las importaciones, también se redujeron en 2023, hasta llegar a 290.422 toneladas, de las que 287.631 fueron compradas a países de la UE.

El principal destino de las carnes y productos transformados del porcino fue China, a pesar de que en 2023 volvió a registrarse una caída del 25,4% en sus compras, al igual que sucedió en los dos años anteriores. El segundo destino por volumen fue Francia y el tercero, Portugal. La exportación de carnes y derivados del porcino llegó a más 110 países.

Además de comercio de carnes y derivados del porcino, también hubo intercambios de animales vivos.

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 2023 el censo de ganado porcino ibérico se situó en unos 3,6 millones de cabezas, cifra superior a la de 2022. Sin embargo, la producción de carne de cerdo ibérico se redujo a 360.000 toneladas en canal.

Extremadura fue la región con mayor número de efectivos (37,5% del total), seguida de Castilla y León (33%), Andalucía (20%) y Murcia (5%).

PORCINO EN LA UE Y EN EL MUNDO

A nivel comunitario, el valor generado por la carne de porcino a efectos de la renta agraria en 2023 fue de 49.413 millones de euros, el 9,2% del valor de la Producción Agraria total. La producción de carne de porcino en 2023 fue menor que en 2022: se produjeron 20,62 millones de toneladas, un 7% menos.

Los países europeos que más aportaron a esa producción fueron España (24%), Alemania (20,3%), Francia (10%), Polonia (9%), Holanda (7%), Dinamarca (6%) e Italia (6%), según datos de la Comisión Europea.

CABAÑA ESPAÑOLA DE PORCINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas. Incluidas las de cerdo ibérico)			
EFECTIVOS TOTALES			
CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	2.790	2.700,8	2.632,9
ARAGÓN	9.874,7	9.623,2	9.912,8
ASTURIAS	7	6,3	6,1
BALEARES	44,6	53,6	42,4
C-VALENCIANA	1.034,61	1.306,8	1.073,9
CANARIAS	37,54	41,1	34,6
CANTABRIA	0,8	1,3	0,9
CASTILLA Y LEÓN	4.564,42	4.431,27	4.622,5
CASTILLA-LA MANCHA	1.874,66	1.817,8	1.838,8
CATALUÑA	8.020,9	7.948,7	8.061,1
EXTREMADURA	1.526,65	1.283,2	1.414,7
GALICIA	1.196,3	1.490,6	1.627,3
LA RIOJA	112	133,5	156,3
MADRID	20,6	17,8	16,7
NAVARRA	828,6	841,6	826,1
PAÍS VASCO	37	34,7	30,1
R.MURCIA	2.483,67	2.340,5	1.802,2
TOTAL ESPAÑA	34.454,1	34.073	33.803

FUENTE: MAPA

El año se cerró con un censo de 219,7 millones de animales, muy por debajo de los 236 millones del año anterior. España lidera con mucha diferencia el censo de porcino, por delante de Alemania, Francia, Dinamarca, Holanda y Polonia.

En cuanto al comercio, en 2023 se vendieron 4,36 millones de toneladas de carne de porcino por parte de los países de la UE, un volumen muy por debajo de los 5,4 millones del año precedente. Los principales destinos de estas carnes fueron China, México, Reino Unido y Japón.

En el mundo también aumentó la producción de carne de porcino en 2023 y quedó por encima de los 122 millones de toneladas de carne.

La Unión Europea y otros 6 países producen el 85% de toda la carne de porcino del mundo. China es el primer productor (45% del total), seguido de la UE (20%), Estados Unidos (11%), Brasil (4%), Rusia (4%), Vietnam (2%) y Canadá (2%). Estados Unidos es el primer país exportador de carne de porcino del mundo, seguido de España

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 descendió en 2023 un 5,3%, en contra de la tendencia del año anterior. Asimismo, los precios subieron de media un 9,6%, con lo que el valor generado por este subsector aumentó un 3,8%, hasta llegar a 3.839 millones de euros, expresados en valores corrientes.

El sector de vacuno de carne español representaba en 2023 el 13,9% de la Producción Final Ganadera y el 6,5% de la Producción Final Agraria, porcentajes en ambos casos que fueron inferiores a los del año precedente.

En 2023, el censo de ganado vacuno destinado a la producción de carne (excluidas las vacas lecheras) superaba los 5,5 millones de animales, una cifra inferior a la de un año antes. 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 disminuyó en 2023 y quedó en 694.800 toneladas, un 5% menos que en el año anterior. Cataluña aportó el 18,9% de la producción de carne; Castilla y León el 16,8%, Galicia el 14% y la Comunidad Valenciana (12,5%).

COMERCIO VACUNO

En 2023 aumentaron las ventas al exterior de animales vivos (140.744 cabezas, un 18% más que en el año anterior). Por su lado, las exportaciones de carnes y derivados aumentaron sensiblemente (hasta llegar a 267.160 toneladas), según datos de Aduanas.

Por su lado, entre las importaciones se registró un crecimiento con respecto al año anterior en el sector de las carnes: se importaron 137.000 toneladas entre carnes y derivados. Sólo las compras de carnes ascendieron a 129.000 toneladas.

El grueso de los intercambios del sector se produjo con países de la Unión Europea. Entre los países que más compraron destacan Portugal e Italia, mientras que entre los que más vendieron sobresale Polonia. Fuera de la UE, los principales mercados de la carne de vacuno española son Canadá, Indonesia, Marruecos, Reino Unido, Filipinas, Vietnam y Japón.

CABAÑA ESPAÑOLA DE VACUNO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de cabezas, incluidas vacas lecheras)

CCAA	EFECTIVOS TOTALES		
	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	540,77	513,1	477,9
ARAGÓN	395,43	412,2	406
ASTURIAS	391,49	375	358,4
BALEARES	26,1	25,3	24,6
C-VALENCIANA	54,25	53,4	53,5
CANARIAS	20,38	20,8	18,9
CANTABRIA	272,74	292,8	253,2
CASTILLA Y LEÓN	1.484,67	1.454,4	1.417,2
CASTILLA-LA MANCHA	466,72	468,1	482
CATALUÑA	628,6	581,5	605,9
EXTREMADURA	891,32	860,8	811,1
GALICIA	932,77	941,9	940,9
LA RIOJA	41,99	40,8	38,5
MADRID	94	89,2	85,2
NAVARRA	123,38	120,4	118,7
PAÍS VASCO	133,92	127,7	123,9
R.MURCIA	77,6	77,2	77,8
TOTAL ESPAÑA	6.576,29	6.455,1	6.294,6

FUENTE: MAPA



VACAS NODRIZA

El sector de vacuno español de carne está dividido en dos grandes subsectores: el de las vacas de cría y el del vacuno de cebo. A diferencia de muchos países del norte de Europa, donde son frecuentes las explotaciones de ciclo cerrado, en España las dos fases se dan en explotaciones diferentes y, normalmente, en localizaciones geográficas alejadas.

La etapa más delicada es la de la vaca de cría o vaca nodriza, como normalmente se denomina a las hembras reproductoras, que adquieren este nombre por

el hecho de amamantar a los terneros que paren, sin someterse en ningún momento al ordeño.

El objetivo de producción de este sector de las vacas nodrizas es suministrar terneros para la producción de carne. En este grupo de vacas destacan las razas autóctonas españolas (avileña-negra ibérica, asturiana de los valles y asturiana de la montaña, morucha, retinta y rubia gallega) aunque también existen razas importadas, como la charolesa y la limusine y los cruces de éstas con las razas autóctonas.

Las vacas nodrizas se encuentran principalmente en Castilla y León, Extremadura y Andalucía, seguidas por Galicia, Asturias y Cantabria. Más concretamente, la producción se localiza en tres zonas: Dehesas del oeste y suroeste; Galicia y áreas de Montaña (Cantábrico, Pirineos, Sistema Central y Sistema Ibérico).

Salvo en la zona de dehesa, las explotaciones suelen contar con un número bajo de animales (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.

Por su parte, en el subsector del cebo las explotaciones son intensivas y la alimentación de los animales se suele realizar con piensos compuestos en los que los cereales son mayoritarios.

Los grandes cebaderos se ubican en zonas próximas a concentraciones de población como Madrid o Barcelo-

PRODUCCIÓN DE CARNE DE VACUNO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2021	2022	2023
MUNDO	58.358	59.324	59.976
UE	6.798	6.640	6.382
ESPAÑA	717,87	733,75	694,8

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

PRODUCCIÓN DE CARNE DE VACUNO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	27.539	28.173	25.338
ARAGÓN	39.669	42.510	39.067
ASTURIAS	16.852	15.661,1	14.544,2
BALEARES	2.218,2	2.105	1.825
C. VALENCIANA	87.389	88.710	86.810
CANARIAS	3.152	3.639,3	3.144,3
CASTILLA LA MANCHA	53.589,4	58.466,4	55.618,8
CASTILLA y LEÓN	111.282,3	122.563	116.853
CATALUÑA	132.408	133.911,8	131.198,2
EXTREMADURA	39.811,4	35.727	32.355
GALICIA	100.752	97.513	97.006
MADRID	42.359	44.612	37.299
NAVARRA	13.403	17.122,8	17.653,4
PAÍS VASCO	12.396,9	11.032	10.128
OTRAS COMUNIDADES	35.058	32.002	26.030
TOTAL	717.879	733.748	694.869

FUENTE: MAPA



na, de ahí que destaquen por su producción provincias como Lérida, Toledo o Segovia.

VACUNO EN LA UE Y EN EL MUNDO

El sector del vacuno de carne español aporta el 10,9% de la producción total comunitaria, pero la aportación de este sector a la renta agraria europea es muy superior a la que representa en España. Así, generó en 2023 un valor de cerca de 35.450 millones de euros a efectos de calcular la renta agraria, el 6,6% del valor de la Producción Agraria total, según las estimaciones 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 2023, el censo total de vacuno rondaba los 21,9 millones de cabezas, cifra inferior a la del año precedente, de las que un 19% estaban en Francia. Por detrás de Francia en cuanto a censo se situaron Alemania, España e Irlanda.

La producción de carne de vacuno en la UE se elevó a 6,38 millones de toneladas, un 4% menos que en 2022.

A esa producción, Francia aportó el 20,3%, Alemania el 15,6% e Italia el 10%.

Con respecto a la balanza comercial, entre animales vivos, carnes frescas y congeladas y otros preparados la UE exportó en 2023 por encima de los 1,05 millones de toneladas, según cifras de la Comisión Europea, que suponen un aumento sobre los 1,02 millones del año anterior. 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 288.987 toneladas (mucho menos que un año antes) y en este caso la principal partida fue la de carne fresca. Entre los países que más vendieron a la UE destacan Argentina, Uruguay, Brasil y Reino Unido.

A nivel mundial, la producción de carne de vacuno en 2023 aumentó un 1% hasta los 59,9 millones de toneladas, según datos del USDA (oficina de Agricultura del gobierno de Estados Unidos). Ese país fue el mayor productor mundial de carne (12,3 millones de toneladas), por delante de Brasil (10,9 millones).

UNA GANADERÍA SUPREMA
Y para nosotros, la mejor carne del mundo

TERNERA GALLEGA SUPREMA

CON 7 MESES DE LACTANCIA Y UNA CRIANZA TRADICIONAL, ASÍ SE DISTINGUE TERNERA GALLEGA SUPREMA. SUS GANADEROS Y GANADERAS MANTIENEN VIVO EL MEDIO RURAL Y CONSERVAN EL PAISAJE, RESPETANDO EL BIENESTAR ANIMAL Y LA SOSTENIBILIDAD.

Logo: XUNTA DE GALICIA

Logo: LEADER Europa Investe no Rural

La exportación mundial de carne de vacuno (fresca y congelada) rondó los 12,1 millones de toneladas y las importaciones los 10,3 millones de toneladas (también por encima del año anterior).

China fue el país que más carne importó a nivel mundial (cerca del 30%), seguido de Estados Unidos, mientras que los países que más exportaron fueron Brasil y Australia, según datos del gobierno norteamericano.

OVINO Y CAPRINO

La producción de carne de ovino y de caprino ocupa el sexto lugar por su aportación económica al sector ganadero, incluidos la leche y los huevos. A efectos de calcular la renta agraria anual, el Ministerio de Agricultura estimó que la producción de carne de ovino y de caprino en 2023 disminuyó en volumen un 11,9%, mientras que sus precios medios subieron 6,9% (al igual que en los dos años anteriores). Conforme a estos datos, el valor generado por este subsector, a efectos de calcular la renta agraria anual, se redujo en un 5,8% con respecto a 2022.

El sector ovino-caprino representaba en 2023 el 1,8% de la Producción Final Agraria nacional y el 4,2% de la Producción Final Animal, porcentajes ambos por debajo de los que representó en 2022. El valor estimado de la producción de ovino-caprino, a efectos de calcular la renta agraria, ascendió a 1.164,7 millones de euros.

CENSOS GANADEROS Y PRODUCCIÓN

La cabaña de ovino destinado a la producción de carne volvió a descender en 2023 hasta los 11,7 millones de cabezas. Asimismo, la producción de carne de ovino rondó las 106.166 toneladas, un volumen inferior en un 1% respecto a la del año precedente.

Por su producción de carne de ovino destacaron en 2023 Castilla y León (30,2% del total), Castilla-La Mancha (14,4%), Cataluña (10,7%) y Murcia (7,9%).

En caprino para carne también se redujo el censo en 2023 hasta llegar a 1,19 millones de animales. En cuanto a la producción de carne de caprino, al contrario que en el año precedente, ese año se registró un descenso respecto al anterior y quedó en 9.442 toneladas. Las regiones con mayor producción de carne de caprino en España fueron Andalucía (41,6% del total), Canarias (20,6%), Murcia (9,6%) y Castilla-La Mancha (8,2%).

El consumo de carne de ovino-caprino en España ha ido disminuyendo de año en año desde hace décadas. 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 ca-

prino, el consumo se concentra principalmente en las regiones este y sureste.

COMERCIO EXTERIOR DE OVINO Y CAPRINO

La balanza comercial en el sector del ovino y caprino tuvo un saldo muy positivo en 2023, como es habitual. Las exportaciones de carne y despojos comerciales de ovino y caprino se elevaron a 49.668 toneladas, unas 700 más que en el año anterior, según datos de Aduanas. De este volumen, cerca del 90% correspondió al comercio intracomunitario, con Francia e Italia como destinos principales.

En cuanto a las importaciones, ascendieron a 7.015 toneladas (carne y despojos), unas 740 toneladas menos que en 2022. Como en el caso de las exportaciones, el grueso de las compras de carne y despojos procedió de los países de la UE.

Al margen del comercio de carne, también hay en el sector ovino-caprino intercambios de animales vivos. Los animales vivos exportados en 2023 pesaron 55.408 toneladas, cerca de 2.380 toneladas más que un año antes. En cuanto a las importaciones de animales vivos, su peso se disparó hasta las 6.983,5 toneladas, 4.400 toneladas más que en 2022.

OVINO Y CAPRINO EN LA UE

La aportación del sector productor de carne de ovino y caprino en la Unión Europea, a efectos de calcular la renta agraria, se va reduciendo de año en año. En 2023, quedó por debajo del 1,6% del valor de la Producción Agraria total.

El censo comunitario de animales ovinos dedicados a la producción de carne en 2023 ascendió a 33,9 millones de cabezas, según datos de la Comisión Europea. España contaba con el 26% de esa cabaña, ocupando el primer lugar dentro de la UE. Por detrás se situaron Rumania (19%), Grecia (12%), Francia (11%), Irlanda (9%), Italia (8%), Alemania (4%), Portugal (3%) y Bélgica (2%).

CABAÑA ESPAÑOLA DE OVINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS
(Miles de cabezas, incluidas ovejas lecheras)

EFECTIVOS TOTALES			
CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	2.186,36	2.054,8	1.799,8
ARAGÓN	1.546,37	1.461	1.434,3
ASTURIAS	57,48	58	55,8
BALEARES	272,97	256,3	246,2
C-VALENCIANA	271,88	273,9	240,8
CANARIAS	38,61	40,4	39,3
CANTABRIA	40,19	38,6	38
CASTILLA Y LEÓN	2.430,86	2.289,3	2.147,5
CASTILLA-LA MANCHA	2.315,66	2.326	2.211,2
CATALUÑA	466,88	446,2	413,5
EXTREMADURA	3.725,39	3.645,9	3.526,1
GALICIA	184,1	163,2	149,8
LA RIOJA	101,24	94,3	83
MADRID	105,13	99,13	83
NAVARRA	460,62	419,8	409,6
PAÍS VASCO	213,78	210	201,8
R.MURCIA	633,78	575,6	516,4
TOTAL ESPAÑA	15.081,34	14.452,6	13.596,6

FUENTE: MAPA

CABAÑA ESPAÑOLA DE CAPRINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS
(Miles de cabezas)

EFECTIVOS TOTALES			
CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	993,65	917,4	851,6
ARAGÓN	50	47,4	46,3
ASTURIAS	35,85	35,3	34,1
BALEARES	13,5	12,4	12,8
C-VALENCIANA	75,77	72,5	64,9
CANARIAS	203,93	206,9	198,7
CANTABRIA	20,56	19,6	19,7
CASTILLA Y LEÓN	149,32	140,3	135,4
CASTILLA-LA MANCHA	368,6	360,3	320,2
CATALUÑA	72,1	68,8	66,5
EXTREMADURA	255,87	239,6	220
GALICIA	44,27	40,2	37,8
LA RIOJA	11,28	10,2	8,9
MADRID	40,39	37,6	33,7
NAVARRA	14,27	15,4	15,2
PAÍS VASCO	27,35	27,9	26,9
R.MURCIA	213	211,5	200,3
TOTAL ESPAÑA	2.589,76	2.463,4	2.293,5

FUENTE: MAPA

PRODUCCIÓN DE CARNE DE OVINO EN EL MUNDO,
EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2021	2022	2023
MUNDO	10.037,7	10.272,3	10.300
UE	522	479	490
ESPAÑA	120,38	119,81	106,16

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CAPRINO EN EL MUNDO,
EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2021	2022	2023
MUNDO	6.274,2	6.367,5	6.400
UE	57	54	54
ESPAÑA	10,12	11,4	9,44

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

PRODUCCIÓN DE CARNE DE OVINO POR COMUNIDADES
AUTÓNOMAS (Toneladas)

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	7.493	6.955	7.564
ARAGÓN	12.703	12.421,2	11.355,0
BALEARES	1.377,4	1.426	1.389,4
C. VALENCIANA	7.813,1	7.525,9	6.568,0
CANARIAS	125,0	149,3	134,7
CASTILLA LA MANCHA	15.079,0	14.992	15.332
CASTILLA y LEÓN	36.414,0	38.149	32.069
CATALUÑA	14.835,0	14.435,2	13.958,9
EXTREMADURA	3.581,0	3.208,8	2.768,0
GALICIA	313,0	358,6	270,3
MURCIA	12.886,0	11.965,0	8.242,0
NAVARRA	2.369,0	2.342,0	2.091
PAÍS VASCO	637,0	549,0	602
OTRAS COMUNIDADES	137,0	5.334,0	3.823
TOTAL	120.660	119.811,0	106.166

FUENTE: MAPA

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CAPRINO POR COMUNIDADES
AUTÓNOMAS (Toneladas)

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	3.847	4.792	3.924
ARAGÓN	175	213	179
ASTURIAS	40	35	32
BALEARES	28	33	28
C. VALENCIANA	259	208	197
CANARIAS	1.968	1.924	1.950
CASTILLA LA MANCHA	936	978	771
CASTILLA y LEÓN	863	1.103	784
CATALUÑA	354	359	351
EXTREMADURA	61,4	53	59
GALICIA	45	56	34
MURCIA	1.279	1.351	905
NAVARRA	38	33	42
OTRAS COMUNIDADES	234	269	187
TOTAL	10.127	11.406	9.442

Asimismo, el censo de caprino destinado realmente a la producción de carne en la UE llegó en 2023 a 5,4 millones de cabezas de ganado, de las que un 30% estaban en Grecia. Por detrás de este país se situaron España (22%), Rumania (21%), Francia (11%), Países Bajos (4%), Portugal (3%) e Italia (3%). En 2023 se incrementaron los censos, tanto de ovino para carne, como de caprino.

Por su lado, la producción comunitaria de carne de ovino y caprino rondó las 544.000 toneladas, según estimaciones de la Comisión Europea, lo que supuso un incremento notable con respecto al año precedente, cuando se produjeron 533.000 toneladas, de las que fueron de ovino 490.000 toneladas (un 2,3% más que en el año anterior) y el resto de caprino.

El consumo aparente se estimó, según la Comisión, en cerca de 674.000 toneladas, lo que supone que la UE tiene que comprar carne en el exterior porque su nivel de autoabastecimiento estaba en 2023 en el 90%. 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 170.000 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 África. En 2023 se incrementaron mucho esas exportaciones (2 millones de cabezas de corderos vivos y 883.000 animales adultos, según datos de la Comisión).

CARNE DE AVES

En España, el sector de la carne de aves representó en 2023 el 4,9% de la Producción Final de la rama agraria y el 11,7% de la Producción Final de la rama ganadera.

Al igual que un año antes, a efectos de calcular la renta agraria la cantidad de carne producida en 2023 aumentó (5,2%), al tiempo que los precios subieron un 1,2% (el año anterior habían subido mucho más). Con estos datos, el valor generado por el sector avícola de carne se incrementó un 6,5% y se situó en 3.225,6 millones de euros, según datos del Ministerio de Agricultura.

La producción total de carne de aves (pollos, pavos, patos, etc.) se elevó a 1,7 millones de toneladas, un 5% más que en 2022, según la Encuesta de Sacrificio Ganadero.

Como cada año, el grueso de la producción de carne en el sector de las aves fue la de broilers o pollos (1,4 millones de toneladas, volumen por encima del año precedente) y a mucha distancia quedó la carne de pavo.

Por regiones, la mayor producción de carne de aves en 2023 se concentró en la zona este del país (31,7% del total) y en la zona sur (27,3%), si bien en el centro también hubo gran producción (20%).

En España había en 2023 un total de 22.624 explotaciones avícolas (cifra superior a la de un año antes), de las que 7.461 eran granjas de pollos.

El resto de las granjas estaban destinadas a la cría de pavos, perdices, palomas, codornices, patos, pintadas y ocas, entre otras aves. Estos datos dan una idea del peso

que la producción de carne de pollo tiene en el sector avícola español. No obstante, las granjas de pollos (carne y puesta) han pasado de representar el 74% de todas las explotaciones avícolas en 2007, a sólo el 32,8% en 2023.

El mayor número de granjas de pollos destinados a la producción de carne se encuentran en Cataluña, Castilla y León, Andalucía, Aragón Galicia y Comunidad Valenciana.

Con respecto al comercio exterior, en 2023 se importaron 245.048 toneladas en total de todos los productos del sector avícola de carne (Unión Europea y el resto de los países terceros), lo que supuso un notable incremento respecto al año precedente.

Por su parte, se exportaron 250.450 toneladas de estos productos, un 3,3% más que un año antes. La mayor parte de los intercambios comerciales se realizaron con los países de la Unión Europea (176.704 toneladas exportadas y 211.527 toneladas importadas). Fuera de la UE, los principales destinos de las exportaciones fueron Sudáfrica, Reino Unido y Benin, mientras que dentro de la UE destacaron como países receptores Francia, Alemania y Polonia.

CARNE DE AVES EN LA UE

Según los datos de la Comisión Europea, en 2023 se produjeron un total de 13,1 millones de toneladas de carne de aves en la Unión Europea (UE), un 3% más que en 2022 (en el que la producción había caído en el mismo porcentaje). De la producción total, un 84,4% correspondió a la carne de pollo; el 12,5% a la de pavo; el

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

	2021	2022	2023
MUNDO	120.900	120.000	130.000
UE	13.191	12.845	13.182
ESPAÑA	1.629,45	1.632,7	1.718,4

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

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

	2021	2022	2023
MUNDO	101.236	101.886	103.549
UE	10.735	10.639	10.934
ESPAÑA	1.331	1.350	1.402

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

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

	2021	2022	2023
MUNDO	6.209,0	6.068,7	6.100
UE	382	298	336
ESPAÑA	5	3	6

PRODUCCIÓN DE CARNE DE AVES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

ZONA	2022	2023
NOROESTE	201.078	224.367
NORESTE	125.899	128.059
CENTRO	335.416	352.075
ESTE	529.136	545.119
SUR	441.211	468.806
TOTAL	1.632.740	1.718.426

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

	2020	2021	2022
MUNDO	6.159,6	6.201,7	6.199
UE	375	382	298
ESPAÑA	5	5	3



2,8% a la de pato (el resto son otras carnes como ganso, etc.). En 2023, aumentó el porcentaje de carne de pato y disminuyó el del pavo, mientras el de pollo no varió.

Sólo 6 países se reparten el 73% de toda la producción de carne de ave de la UE. En este sentido, Polonia fue un año más el país con mayor producción de carne de aves en su conjunto (21%), seguido de España (13%), Alemania (12%), Francia (11%), Italia (10%) y Países Bajos (6%).

De la producción total de carne de aves de la UE, 10,9 millones de toneladas fueron carne de pollo, un 2,8% más que en 2022. 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 12,5 millones de toneladas en 2023, con un crecimiento moderado respecto al año precedente. Con estos datos, el nivel de autoabastecimiento fue del 108%.

Las exportaciones de carne de aves (pollo en su mayor parte) de la UE no superaron en 2023 los 2 millones de toneladas del año anterior (quedaron en 1,95 millones). Los principales destinos de estas exportaciones fueron países como Reino Unido, Ghana y Congo.

En cuanto a las importaciones, en 2023 aumentaron hasta las 895.000 toneladas (40.000 toneladas más que un año antes). Los países que más carne de aves suministraron a la UE fueron Brasil, Ucrania y Tailandia.

CARNE DE AVES EN EL MUNDO

Respecto a la producción mundial de carne de aves, en 2023 se superaron los 129 millones de toneladas, lo que supuso un retroceso del 7% respecto a la cifra del año anterior.

El grueso de la producción de carne de aves es el pollo, cuya producción mundial ascendió en 2023 hasta 103,5 millones de toneladas, de acuerdo con la estimación de la oficina de Agricultura del gobierno de Estados Unidos (USDA). Esta producción fue similar a la del año precedente.

El país que más carne de pollo produjo en 2023 fue Estados Unidos (21 millones de toneladas, frente a los 20,9 millones del año anterior). Le siguió Brasil, con 14,9 millones de toneladas y después China, con 14,8 millones de toneladas. Estos dos últimos países redujeron su producción con respecto al año anterior. Tras estos países se sitúa en la producción de carne de aves la Unión Europea y a muy larga distancia, Rusia, India, México, Tailandia, Argentina y Turquía.

El USDA estimó también que el consumo mundial de carne de pollo en 2023 fue de 101,2 millones de toneladas, un volumen muy superior al del año anterior. En este caso, el país con un mayor consumo fue Estados Unidos (17,8 millones de toneladas). Otros países que consumen mucha carne de pollo son Brasil y China.

Con relación al comercio, a nivel mundial se importaron 11,3 millones de toneladas y se exportaron 13,5 millones de toneladas. Los países que más carne de aves exportaron fueron Brasil, Estados Unidos, la Unión Europea, Tailandia, China y Turquía. Por su parte, los países que más importaron en 2023 fueron China, Japón y el Reino Unido.

CARNE DE PAVO

Tras la producción de carne de pollo, la segunda en importancia dentro del subsector de las carnes de aves es la de pavo. Desde 2007, el número de granjas dedicadas a la producción de pavos en España no ha dejado de crecer, para satisfacer la creciente demanda de carne. En 2023 había 1.921 granjas dedicadas a la producción de carne de pavo. El número de granjas, superior al que había un año antes, representaba más del 8,4% del total de las granjas de aves.

Por su lado, el censo de pavos superaba los 14 millones de animales, más del doble de los que había una década antes. Andalucía es la región con más pavos censados (32% de la cabaña), seguida de Cataluña (24%) y Galicia (23%).

En 2023, la producción nacional de carne de pavo se elevó por encima de las 248.000 toneladas, unas 16.000 toneladas más que en el año anterior, según los datos que publica la Comisión Europea. Como era de esperar, las regiones con mayor producción de carne fueron Andalucía, Cataluña y la Comunidad Valenciana.

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. Tras incrementarse en 2022, en 2023 las exportaciones de carne de pavo se desplomaron, al igual que las importaciones. De acuerdo con los datos de Comercio, se exportaron 47.519 toneladas entre carnes y despojos, al tiempo que se importaron 29.040 toneladas.

En la UE, la cría de pavos tiene una mayor importancia económica y social que en España. Según datos de la Comisión Europea, casi un 13% de la producción comunitaria de carne de aves en 2023 era pavo. En total,

la producción comunitaria de carne de pavo superó ese año los 1,66 millones de toneladas, un volumen similar al del año anterior.

El país con mayor producción de carne de pavo es Alemania (419.000 toneladas en 2023), seguido de Polonia (367.000 toneladas), España, Italia y Francia.

A nivel mundial la producción de carne de pavo rondó en 2023 los 5,1 millones de toneladas (un 1% más que un año antes) y el país que más produjo fue Estados Unidos, con cerca de 3 millones de toneladas. En ese país, el consumo de carne de pavo está muy ligado a la principal celebración familiar. Por detrás de Estados Unidos se situaron como principales productores la UE, Brasil y Canadá.

CARNE DE PATO Y DE 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 de aves a nivel comunitario. En 2023 se produjeron en la UE un total de 335.000 toneladas de este tipo de carne, 37.000 más que en el año anterior, según los datos publicados por la Comisión Europea. Francia produjo 137.000 toneladas (19.000 más que un año antes), Polonia llegó a 68.000 toneladas y Hungría a 64.000 toneladas, según los datos de la Comisión Europea. España produjo unas 5.000 toneladas de carne de pato, unas 2.000 toneladas más que en 2022.

A nivel mundial, la producción de carne de pato supera anualmente desde hace años los 6 millones de toneladas. En 2023, la producción se acercó a los 6,1 millones de toneladas.

CARNE DE CONEJO

A efectos de calcular la renta agraria de 2023, la producción de carne de conejo registró una reducción en cantidad un 9,7%, mientras los precios medios subieron un 9,4%. Estos datos proceden de la estimación del Ministerio de Agricultura y suponen un descenso del valor aportado a la renta del 1,2%.

Con respecto a la Producción Final Agraria, el sector aportó en 2023 el 0,26% y con respecto a la Producción Animal, el 0,61% (en ambos casos, por debajo de las cifras de 2022). El valor generado por el sector a efectos de calcular la renta agraria se situó en 168,8 millones de euros (valores corrientes, a precios básicos).

La producción de carne estimada por el Ministerio de Agricultura (sacrificio de animales en los mataderos) fue de 36.900 toneladas, un 10% menos que en 2022.

El número de granjas en 2023 se acercaba a 3.300, de las cuales 1.439 se dedicaban a la producción profesional de carne. Con relación al año precedente, se redujo un 7,5% el número de las granjas productivas, 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. La región con mayor número de explotaciones totales es Cataluña (26,1%), por delante de Extremadura y de Castilla y León.

Asimismo, el censo español de 2023 (cabezas con estado de alta) rondaba los 5 millones de animales (en el año anterior había 5,2 millones), de los que 1,46 millones estaban en Castilla y León.

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.

La balanza comercial del sector de la carne de conejo tiene tradicionalmente un saldo positivo, pues las exportaciones superan a las importaciones con creces. No obstante, en los últimos años la diferencia se ha ido acortado en los últimos años debido a la escasez de producto nacional.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE CONEJO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Toneladas)

ZONA	2022	2023
NOROESTE	10.882	10.530
NORESTE	6.192	5.770
CENTRO	12.788	11.847
ESTE	10.693	8.547
SUR	373	263
TOTAL	40.929	36.957

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

	2021	2022	2023
MUNDO	861,7	850	855
UE	146	140	139
ESPAÑA	47,52	40,93	36,90

FUENTE: MAPA, FAO, Eurostat

En 2023, las importaciones de carne de conejo ascendieron a 2.970 toneladas (frente a 2.611 toneladas en 2022), según los datos de Comercio Exterior. Por su lado, las exportaciones de carne ascendieron en 2023 a 7.018 toneladas, muy por debajo de las 8.091 del año anterior. Además de la carne, también hay comercio de animales vivos. Las importaciones son mínimas, pero las exportaciones en 2023 se elevaron a 58,8 toneladas (el peso de los animales), un volumen muy inferior al del año 2022.

Prácticamente todas las operaciones comerciales en el sector del 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.

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 2023, la producción comunitaria de carne de conejo se acercó a las 139.000 toneladas, frente a las

140.000 toneladas que se produjeron en 2022. Francia es la primera potencia en producción de carne de conejo dentro de la UE, seguida muy de cerca por España e Italia. En otros países como Portugal o la República Checa las producciones son muy minoritarias.

A nivel mundial, la producción de carne de conejo también se redujo en 2021 y quedó en cerca de 855.000 toneladas, a pesar de que en muchos países de América se está empezando a contemplar la producción de conejos en granja como una alternativa ganadera.

CARNE DE EQUINO

En el año 2023, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) a efectos de calcular la renta agraria, la producción de carne de equino se redujo en cantidad un 0,9%, pero los precios medios subieron un 13,2%. En el año precedente, la tónica fue similar.

El valor generado por este subsector en 2023 se incrementó un 12,3%, hasta llegar a 84,5 millones de euros (valores a precios básicos), lo que representa el 0,13% de la Producción Final Agraria y el 0,31% de la Producción Final Ganadera.

El número de explotaciones totales creció en 2023 respecto al año anterior y se situó en casi 195.000 granjas, si bien las explotaciones dedicadas exclusivamente a la producción de carne eran unas 17.000 (también, más que un año antes). Andalucía fue la región con mayor número de explotaciones equinas (no sólo de producción cárnica, sino de todo tipo), por delante de Castilla y León y Extremadura. En 2023, el censo de animales equinos era de unos 635.000 ejemplares.

En 2023 se sacrificaron en los mataderos españoles 31.308 animales (un 4% menos que en 2022) y la producción de carne se situó en cerca de 8.235 toneladas, un 1% menos. El grueso de la producción de carne se concentró en las regiones del noroeste del país, con Navarra a la cabeza.

PRODUCCIÓN DE CARNE DE EQUINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)		
ZONA	2022	2023
NOROESTE	377	242
NORESTE	5.899	5.981
CENTRO	520	680
ESTE	1.402	1.322
SUR	108	12
TOTAL	8.306	8.235

En cuanto al comercio exterior, la balanza suele ser positiva pues las exportaciones de carne son muy superiores a las importaciones. Así, en 2023 se importaron 301,7 toneladas de carne, frente a 238,4 toneladas del año precedente, al tiempo que también se exportaron 5.843 toneladas (337 más que un año antes). Además de la carne, también se importan y exportan animales vivos de la especie equina destinados al matadero (producción de carne). En 2023, los animales exportados pesaron 836,3 toneladas (volumen muy superior al de 2022) y los importados, 889,3 toneladas (también más que un año antes).

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 destacan Portugal, Alemania y Francia.

CARACOL DE TIERRA

El caracol es un molusco gasterópodo, que tiene una sola concha, generalmente en espiral. Su cuerpo es blando y está compuesto por cabeza, pie y masa visceral. Estos moluscos reptan para desplazarse y la masa visceral siempre está dentro de la concha. Cuenta con dos tentáculos o cuernos en cabeza que acaban en ojos y boca. En la boca tienen una rábula con miles de dientes dispuestos en hilera para roer alimentos y transportar los fragmentos hacia el tubo digestivo a modo de cinta transportadora. Para consumirlos hay que purgarlos, mediante ayuno, para que no amarguen, ya que conservan muchos restos de fluidos y de alimentos que hay que depurar o eliminar.

Casi todos los caracoles pertenecen al género *Helix* y existen varias clases, pero el más común es de color pardo y con bandas, tiene un peso de entre 7 y 10 gramos y su carne es color blanquecino y rica en hierro y magnesio.

La crianza o cultivo en granja de las especies de caracoles comestibles más apreciadas se denomina helicicultura.

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, varían mucho entre las distintas regiones de España, en función principalmente del consumo tradicional de cada zona.

La prohibición de recolectar y dañar animales silvestres, así como la posesión, transporte y comercio de estos, que introdujo la Ley 42/2007, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, potenció la cría de caracoles como actividad ganadera.

Existen distintos sistemas de cría, divididos principalmente entre cría parcial y cría verdadera. La cría parcial se caracteriza por el engorde de ejemplares previamente recolectados en otras granjas, pues del campo está prohibido. La cría “verdadera” es el sistema más extendido y consiste en colocar a los caracoles en parques cerrados, reproduciendo las condiciones ambientales en las que se desarrollan en la naturaleza, mediante sistemas controlados de riego.

A su vez, dentro de este sistema de cría “verdadera” existen diferentes variantes determinadas principalmente por el lugar geográfico en el que se desarrolla la actividad. Así, está la “cría al aire libre” (prácticamente exclusiva de la cornisa Cantábrica, ya que se necesitan unas condiciones muy concretas para poder desarrollarla) y el “sistema mixto” (en el que la explotación se realiza en una nave de obra perfectamente aislada, en la que se desarrollan las fases de reproducción, incubación y primera fase de cría, y en túneles invernadero en los que se llevan a cabo la segunda fase de cría y la fase de engorde).

El “sistema mixto” es el más utilizado en España, porque además es el más avanzado técnicamente, ya que cuenta con sistemas electrónicos de control que regulan la temperatura, humedad y medidas sanitarias preventivas con instrumentos de medida y control que permiten incrementar considerablemente la producción respecto a otros sistemas.

Al ser el sector de los caracoles un sector muy minoritario desde el punto de vista ganadero, la información de la que dispone el Ministerio de Agricultura es muy limitada y en ocasiones incompleta.

Este sector no cuenta con una normativa de ordenación específica en la que se establezcan los requisitos concretos que deben cumplir las explotaciones de caracoles, ni los datos concretos que deben comunicar a la administración. Sin embargo, al igual que cualquier otra producción ganadera se encuentran reguladas de manera genérica por la Ley 8/2003, de sanidad animal,

que establece que todas las granjas deberán estar registradas y autorizadas por la autoridad competente. Por lo tanto, en principio todas las granjas autorizadas deben estar incluidas en el Registro General de Explotaciones Ganaderas (REGA).

Aunque no se considera una producción ganadera, la helicultura va ganando peso de año en año. En España existen unas 260 granjas de caracoles en producción, de las que un tercio se encuentra en Andalucía. El consumo de caracoles está generalizado en todo el país, aunque en algunas provincias como Lleida es muy superior a la media.

En el sector existe la Asociación Nacional de Cría y Engorde del Caracol (ANEC) y también la organización interprofesional de caracoles de crianza INTERHÉLIX.

La oferta nacional y la importación permiten disponer de caracoles durante todo el año. En cuanto a la producción, se estima que podría estar en torno a las 500 toneladas anuales, de las que el 22% se producen en Cataluña, el 19% en Andalucía; el 12% en Aragón; el 9% en Castilla y León y el 9% en Castilla-La Mancha.

Aunque no hay datos concretos, se 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 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 volumen importante.

En 2023, según datos de Aduanas, se importaron 8.923,5 toneladas (1.092 toneladas menos que en el año anterior) y se exportaron 147,5 toneladas, cuando un año antes sólo se habían exportado 19 toneladas.

El grueso de las importaciones procede de Marruecos, que vende a España un caracol muy específico que casi se consume exclusivamente en Andalucía. Esta producción no es competencia directa del caracol nacional. Además de Marruecos, también se importan caracoles desde Francia, Italia y Países Bajos. ■

CARNES Y PRODUCTOS CÁRNICOS

La producción de la industria cárnica española volvió a caer en 2023, situándose por debajo de los 7,5 millones de toneladas, casi un 2% menos que un año antes. El grueso de esta producción (4,8 millones de toneladas) fue carne de porcino. Además de la producción, también fueron menores las exportaciones.

La industria cárnica española ocupa con mucha diferencia el primer lugar dentro de la industria agroalimentaria, con una facturación conjunta que llegó en 2023 a 33.218 millones de euros, el 2,7% del PIB español, el 27,3% del PIB de la industria alimentaria y el 4,5% de la facturación total de la industria española, según datos de la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE).

De la cifra total de negocio, 17.421 millones de euros fueron generados por el sector del procesado y conservación de las carnes. El resto lo generaron los productos cárnicos y otros.

Además, la industria cárnica ocupa también la cuarta posición dentro de todo el sector industrial, por detrás de las industrias de automóviles, petróleo-combustibles y de la producción y distribución de energía eléctrica.

Entre todas las empresas del sector generan unos 113.464 puestos de trabajo directo, el 29,4% de la ocupación total de la industria alimentaria española, según ANICE.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) en 2023 había en España un total de 3.244 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.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR CÁRNICOC PORCINO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Vall Companys (*)	3.700
Campofrío Food Group, S.A *	2.179
Grupo Jorge (*)	1.976
Elpozo Alimentación, S.A. (*)	1.804
Grupo Cañigueral (Costa Brava Mediterranean Foods)	1.280
Industrias Cárnicas Loriente Piqueras, S.A (Incarlopsa)*	1.169
Litera Meat, S.L (Grupo Pini)	884
Costa Food Meat, S.L	450
Friselva S.A.	445
Grupo Olot Meats	39,4

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR CÁRNICOC BOVINO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
ELPOZO Alimentación, S.A (*)	1.804
GRUPO MEDINA (*)	635
Fribin Foods (*)	411
El Encinar de Humienta (*)	283
Novafrigsa, S.A (Grupo Coren) (*)	165
Companya General Cárnica, S.A (*)	140
Meat Center Ibérica, S.A	105
Sala D'Esfer I Mag. Frig. J Viñas. S.A (*)	100
Frigoríficos Bandeira, S.L (*)	92
Miguel Vergara S.L	70

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR CÁRNICOC OVINO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Costa Brava Mediterráneo Food (Grupo Cañigueral)*	1.469,6
Grupo Empre. Los Norteños, S.L*	140
Coop. EA Group	92,3
Moralejo Selección, S.L	83,2
Ovinos Manchegos, S.L	78,9
Coop Pastores Grupo Cooperativo	32,4
Soluciones Cárnicas Levantinas, S.L	30
Cárnicas Coviher, S.L (*)	28,5
Deovino, S.L	21
Despieces Cárnicos Olot, S.L (*)	18

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AVICULTURA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Vall Companys (*)	3.700
Cooperativas Orensanas, SCG (Coren) *	1.400
UVE, S.A. - Grupo UVESA	638,7
Grupo Aviserrano S.L	631
AN Avícola Mérida, S.L. (*)	328,7
Plukon España	229
Hijos de Juan Pujante	146,1
Grupo Padesa	440
Avícola Moraleja, S.A	54
Industria Avícola Sureña	91,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

70 **elPOZO**
ANIVERSARIO

*Mucha historia.
Mucho presente.
Mucho futuro.*

Nadie llega a lo más alto sin
compromiso, trabajo y humildad.

Son nuestros valores
innegociables.

Así hemos escrito nuestra
historia a lo largo de 70 años.

Así vivimos el presente.
Y así miramos al futuro.



CARLOS ALCARAZ

*Uno más
de la familia*



Carnes y productos cárnicos

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CUNICULTURA

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Coop. De Conejos Gallegos (COGAL)	79
Hermi Carne de Conejo, S.L.U (Grupo Hermi)	59
Alimentbarna S.L (*)	67,5
Cunicultura de La Manchuela, S.L	9
SAT Industrialización del conejo (INCO)	7,7
Cuni Hedredes	6,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LA CARNE DE PAVO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
CORP. ALIMENTARIA GUISSONA, S.A (*)	2.720
Cooperativas Orensanas, SCG (Coren) *	1.400
Grupo Aviserrano S.L	631
Pavo y Derivados, S.A (Padesa Grupo)	440
PROCAVI, SL (*)	363
AN Avícola Mérida, S.L. (*)	328,7
Aves nobles y derivados,SA (Padesa Grupo)	160
Hijos de Juan Pujante *	146,1
Alimentbarna, S.L *	67,5
Productos Avícolas Granja Gaiá, S.A*	7

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones

El número de empresas en 2023 era un 6,7% inferior al de 2022. Sobre el total de empresas, 2.442 eran establecimientos de transformación de carne y el resto salas de despiece y mataderos.

Por su lado, ANICE registró en 2023 un total de 3.481 empresas dedicadas al sector cárnico.

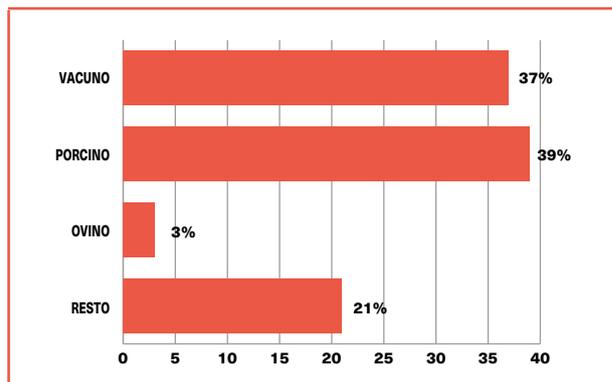
El grueso de estas empresas es de pequeño y mediano tamaño, pero eso no ha impedido la creación y consolidación de grandes grupos empresariales, que en algunos casos son líderes a escala europea.

En el sector cárnico, la penetración de capitales internacionales no es muy significativa, en comparación con otros sectores. En 2023, la principal empresa del sector cárnico en su conjunto alcanzó una facturación superior a los 3.700 millones de euros, una cifra muy por encima de la del año anterior. Sus producciones van desde la carne de porcino, a los elaborados cárnicos, pasando por el jamón serrano o los platos preparados. La segunda empresa o grupo del sector registró una facturación de 2.179 millones de euros; la tercera de 1.976 millones de euros.

RED DE MERCAS / COMERCIALIZACIÓN DE CARNES / 2023

PRODUCTOS MÁS REPRESENTATIVOS

Vacuno	37%
Porcino	39%
Ovino	3%
Resto	21%
Avícola	45%
C. Congelada	42%
Casquería y Otros	13%



VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNES EN LA RED DE MERCAS 2023

MERCAS	TONELADAS	MILLONES DE EUROS
MERCALICANTE	1.926	0,2
MERCABADAJEZ	1.355	0,1
MERCABARNA	32.177	3,2
MERCACORDOBA	349	0,0
MERCAJEREZ	2.156	0,2
MERCALASPALMAS	5.015	0,5
MERCALEON	2.928	0,3
MERCAMADRID	714.725	71,9
MERCAMALAGA	41.871	4,2
MERCAMURCIA	13.861	1,4
MERCAOLID	15.679	1,6
MERCAPALMA	18.761	1,9
MERCASEVILLA	34.561	3,5
MERCAVALENCIA	82.069	8,3
MERCAZARAGOZA	26.544	2,7
TOTAL RED	993.977	100

Fuente: Mercasa

ESTRUCTURA EMPRESARIAL MAYORISTA

Respecto a la estructura empresarial que forma el eslabón mayorista, la Red de Mercas cuenta con una gran representación de empresas que comercializan y procesan productos cárnicos y dispone de 9 complejos especializados, algunos de ellos con matadero.

En 2023, desde estas empresas se comercializaron 1,12 millones de toneladas de carne, de las que un 50% correspondió a carne de vacuno; un 27% a porcino, un 3% a ovino y el 20% restante a otros productos, en su mayoría de avicultura, pero también de carne congelada, casquería y otros.

Las empresas ubicadas en la Red de Mercas operan en un marco de competencia, transparencia de mercado, seguridad en las relaciones contractuales y formación de precios, para atender a un amplio colectivo de empresas detallistas en todos los formatos: más de 100.000 comercios especializados en toda España (de los que un 70% están agrupados en mercados municipales); las cadenas de supermercados regionales y nacionales, que en mayor o menor medida también se abastecen del colectivo de empresas que operan desde la Red de Mercas y las empresas de hostelería, restauración y consumo institucional.

Una gran representación de las empresas está asociada en distintas organizaciones y asociaciones, cuyo objetivo es de representación y gestión de diferentes servicios necesarios para su actividad.

COMERCIO EXTERIOR

La demanda interna no puede absorber la producción, por lo que el comercio exterior constituye una estrategia primordial de supervivencia para los principales operadores de este mercado.

Dentro del sector cárnico, la principal fortaleza en el comercio exterior es el sector porcino, pues España es el tercer exportador mundial de carne y elaborados de cerdo.

Las exportaciones de estas industrias alcanzaron en 2023 los 3,1 millones de toneladas de carnes y despojos, un volumen inferior al del año anterior en un 4,5%. Esta caída se debió a la menor demanda por parte de China y de algunos otros países de Asia.

El valor de estas exportaciones fue de 10.583 millones de euros, un 6,23% más que en el año anterior, según datos de ANICE.

Por su lado, las importaciones alcanzaron un valor de 1.971,2 millones de euros, por lo que la balanza comercial del sector tuvo un saldo muy positivo. El valor de las importaciones de carne y despojos fue superior en un 6% al del año anterior.

En sólo tres décadas, la industria cárnica ha pasado de exportar muy poco a convertirse en el primer sector exportador de la industria agroalimentaria española y también en una potencia en el mercado mundial de productos cárnicos.



CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 1.923,3 millones de kilos de carne y productos cárnicos y gastaron 16.038,3 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 41,1 kilos de consumo y 342,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la carne fresca (29,6 kilos por persona) y, de manera concreta, al pollo (12,0 kilos per cápita) y al cerdo (9,1 kilos por persona). En tér-

minos de gasto, la carne fresca concentra el 64,9% del gasto y resulta significativa la participación de la carne de cerdo (68,5 euros per cápita) y de pollo (65,4 euros).

La carne transformada (10,3 kilos y 114,3 euros por persona) resultó importante en el consumo de los hogares españoles durante el año 2023, mientras que la demanda de carne congelada (1,1 kilos y 6,0 euros de gasto por persona) tiene una repercusión menor. ■

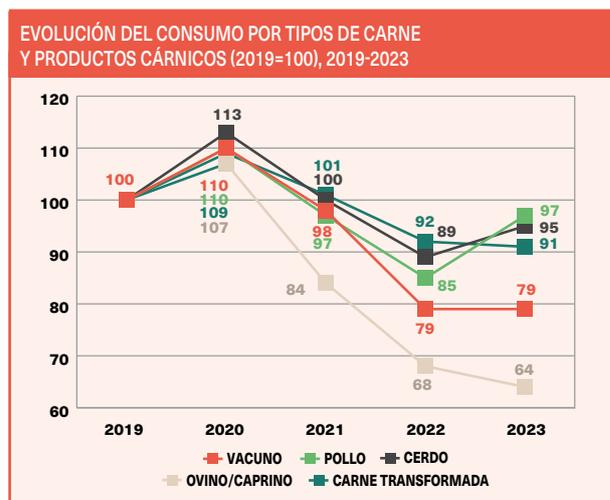
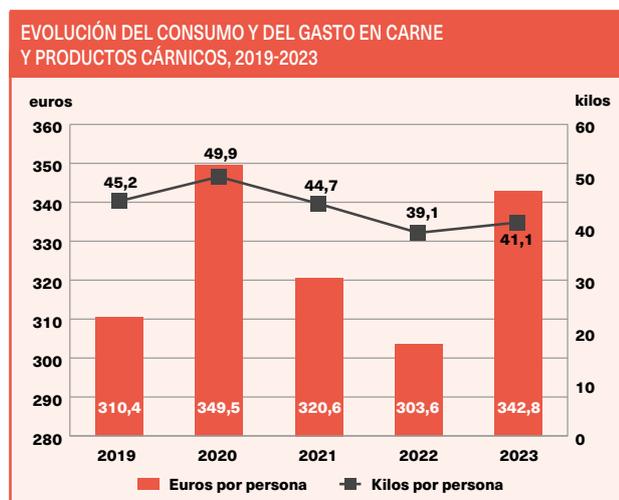
CONSUMO Y GASTO EN CARNE Y PRODUCTOS CÁRNICOS DE LOS HOGARES, 2023				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL CARNE	1.923,3	41,1	16.038,3	342,8
CARNE FRESCA	1.386,7	29,6	10.408,1	222,5
CARNE VACUNO	180,2	3,9	2.198,0	47,0
CARNE POLLO	560,1	12,0	3.057,7	65,4
CARNE CONEJO	27,7	0,6	236,3	5,1
CARNE OVINO / CAPRINO	39,7	0,8	569,2	12,2
CARNE CERDO	427,8	9,1	3.206,4	68,5
CARNE DESPOJOS	1,8	0,0	23,8	4,0
OTRAS CARNES FRESCA	0,9	0,0	5,7	20,3
CARNE CONGELADA	53,1	1,1	282,2	6,0
CARNE TRANSFORMADA	483,6	10,3	5.348,0	114,3

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos 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 ajustó a la baja en el año 2021 y en el año 2022 (44,7 kilos por persona y 39,1 kilos por persona, respectivamente) pero que ha vuelto a crecer en el año 2023 (41,1 kilos por persona). Mientras tanto con el gasto sucede algo similar (llega a 349,5 euros en 2020 pero disminuye a 320,6 euros en 2021 y a 303,6 euros en 2022) para aumentar en el año 2023 (llega a 342,8 euros por consumidor). En el perio-

do 2019-2023, 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 2019-2023 ha sido similar para todos los productos considerados con un notable repunte durante el ejercicio 2020 y descensos acusados en los años 2021 y 2022. En el año 2023, hay una recuperación de las carnes de pollo y cerdo. Respecto a la demanda de 2019, todas las variantes de carne cuentan con un consumo más reducido.



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

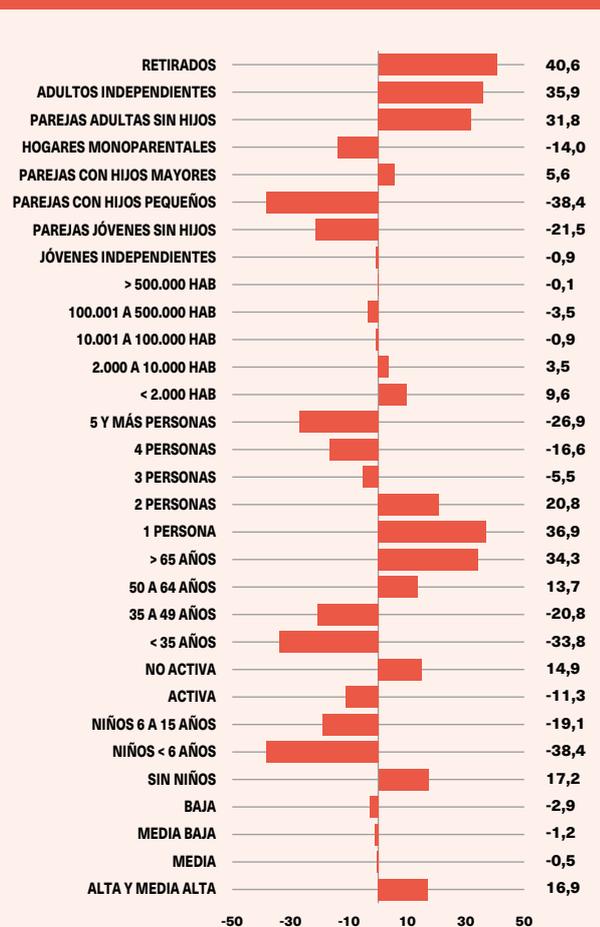
En términos per cápita, el consumo de carne durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- 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 municipios 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, Navarra y La Rioja cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Cantabria, Extremadura y Canarias.

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

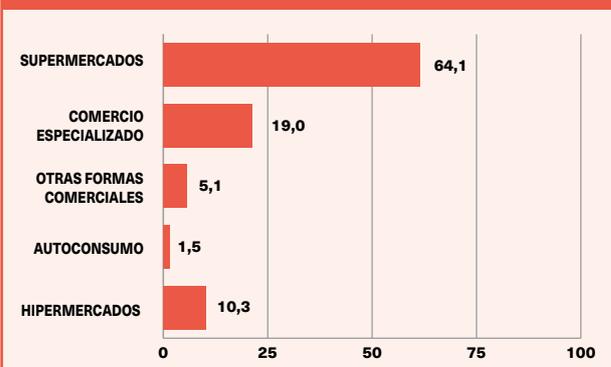


* Media nacional = 41,1 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto a lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de carne a los supermercados (64,1% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en estos productos una cuota del 19,0% y el hipermercado llega al 10,3%. El comercio electrónico de carne y productos cárnicos supone el 1,5% sobre el total, mientras que el resto de canales de compra concentran el 5,1% de la cuota de venta global. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CARNE POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



ELABORADOS CÁRNICOS

La producción española de elaborados cárnicos en 2023 ascendió a 1,48 millones de toneladas, un 1,7% menos que el año anterior, de acuerdo con los datos de ANICE. En 2022 el volumen de producción superó los 1,5 millones, el más alto de los últimos siete años. España se situó en el cuarto lugar de la Unión Europea en producción de embutidos, por detrás de Alemania, Italia y Francia.

Los embutidos cocidos se consolidaron en 2023 como la categoría principal dentro de este grupo,



PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ELABORADOS CÁRNICOS CURADOS Y COCIDOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Coop.Alimentaria Guissona, S.A *	2.720
Campofrío Food Group, SA*	2.179
ElPozo Alimentación, S.A.*	1.804
Casa Tarradellas, S,A	1.300
Industrias C.Loriente Piqueras, S,A (Incarlopsa) *	1.169
Noel Alimentaria, S,A	560
Grupo Costa Food Meet. S.L (*)	450
Grupo Tello (*)	315,7
Argal Alimentación S.A (*)	264
Costa Brava Mediterranean Foods (Emitidos Caseros)	140

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023 *Incluye la facturación de otras producciones.

con una producción de 442.935 toneladas, un 3,5% menos que en el año anterior. Por detrás quedaron los jamones y paletas curados, con 300.300 toneladas, un 2,5% menos que un año antes.

La tercera posición fue para los embutidos curados, con 223.488 toneladas, un volumen inferior en un 3% al del año anterior; los jamones y paletas cocidos (182.225 toneladas, un 1,5% menos); los productos adobados y frescos (207.050 toneladas, un 2,5% más que en 2022) y los platos preparados (123.420 toneladas, un 2% más).

La importancia de los elaborados cárnicos es muy destacada tanto en las ventas del libre servicio como en los establecimientos especializados. 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.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La estructura empresarial predominante en el sector de los embutidos son pequeñas y medianas empresas, de carácter artesanal, aunque existen en el sector algunos grandes grupos que basan su estrategia comercial en la exportación. Se estima que hay unas 3.300 empresas dedicadas a estos productos.

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 ganar cuotas de mercado.

La principal empresa del sector (fabricantes y comercializadores de elaborados cárnicos curados y cocidos) produjo en 2023 un total de 158.000 toneladas, algo más que en el año anterior, de las que el 40% eran loncheados.

PREMIADO



· SABOR ÚNICO ·

CALIDAD
EXTRA



LIBRE DE
ALÉRGENOS*

*Sin alérgenos de obligada declaración según el Anexo II del Reglamento (CE) 1169/2011

La segunda empresa líder del sector produjo 128.000 toneladas y destacó por sus loncheados (33%); y la tercera produjo 109.640 toneladas. El resto de las empresas que conforman el grupo de las diez primeras en este sector terminó el año con producciones que fueron desde las 91.000 a las 27.000 toneladas.

Un año más, la línea más dinámica de todo el grupo de elaborados cárnicos fue la de los loncheados.

Las marcas de distribuidor (MDD) siguieron creciendo en este mercado debido a los precios más altos de las marcas de fabricante. En 2023 controlaban, por ejemplo, 64,2% del volumen comercializado en libre servicio (hipermercados y supermercados), según los datos de la consultora Circana. En el caso del chorizo, la cuota de las MDD se elevaba hasta el 66,5% y en del jamón cocido, hasta el 68,9%.

COMERCIO EXTERIOR

En 2023 las exportaciones españolas de los principales elaborados cárnicos descendieron en volumen un 1,34% en relación a 2022. Según ANICE, se vendieron 220.048 toneladas, por un valor de 1.654 millones de euros, que sin embargo fue superior en un 9% al del año anterior.

Atendiendo al volumen exportado, destacó la partida de embutidos curados, con 79.880 toneladas, un 0,19% menos que en un año antes. A continuación se situaron los jamones curados, con 68.849 toneladas (3,5% más que en 2022); el grupo de otros productos

(50.205 toneladas, un 10% menos); los embutidos cocidos (12.612 toneladas, un 1,9% menos) y los jamones y paletas cocidos (8.501 toneladas, un 9,5 más), según datos de ANICE.

Si tenemos en cuenta el valor de esas exportaciones, la mayor partida fue la de jamones y paletas curados (743,7 millones de euros), un 9,78% más que en 2022. También crecieron los valores del resto de partidas (curados, cocidos, etc.), con la excepción del grupo de otros productos.

La mayor parte de este comercio exterior se dirige hacia otros países de la Unión Europea. En 2023, el mercado de la UE representó el 64% del valor total de las exportaciones y Francia fue el primer destino, por delante de Alemania,

Entre los países terceros destacaron como destino de los embutidos españoles Reino Unido, México y Estados Unidos. El sector se ha abierto camino en otros mercados como el de China o Japón.

Tanto en volumen como en valor, las importaciones de elaborados cárnicos tienen menos importancia que las exportaciones. Anualmente se compran unas 40.000 toneladas, principalmente de fiambres cocidos.

Alemania es el principal proveedor de elaborados cárnicos para el mercado español, seguido de Italia, Rumania, Francia, Dinamarca, Irlanda y Bélgica. Entre los países terceros, el primero fue Reino Unido. ■

JAMÓN BLANCO CURADO

En 2023 las empresas jamoneras produjeron 300.300 toneladas de jamones y paletas curados, un 2,5% menos que en 2022, según datos de ANICE.

Las marcas de distribuidor han ganado terreno en el mercado aumentando su cuota de año en año. En el libre servicio (supermercados e hipermercados de más de 100 m²), se vendieron en 2023 casi 62.000 toneladas de jamones y paletas curados (ibéricos y de capa blanca), un volumen inferior al del año anterior, según datos de la consultora Circana. De ese total, las MDD tuvieron una cuota del 54,5% y la primera marca de fabricante sólo llegó al 11,1%.

De este volumen total de ventas, casi el 50% correspondió a jamones y paletas loncheados, siendo la del jamón loncheado la partida más voluminosa de todas las ventas en libre servicio.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE JAMÓN CURADO BLANCO	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Vall Companys*	3.700
Campofrío Food Group, S.A*	2.179
ElPozo Alimentación, S.A.*	1.804
Grupo Cañigueral (Costa Brava Mediterranean Foods)*	1.280
Industrias C. Loriente Piqueras S.A (Incarlopsa)*	1.169
Noel Alimentaria, S A*	624,5
Jamones Volatín, S.L*	45,9
Jamones Arroyo, S.L Grupo*	43
Nico Jamones, S.L	42,5
Familia Ramón Ventula	17

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023 *Incluye la facturación de otras producciones.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La estructura empresarial del sector del jamón curado está formada por muchas pequeñas y medianas empresas productoras y comercializadoras.

No obstante, en los últimos años se han consolidado algunos grandes grupos que registran elevados niveles de producción y basan sus estrategias de sostenibilidad en los mercados exteriores y en las presentaciones más elaboradas que se comercializan en las grandes cadenas de distribución alimentaria.

La principal empresa de jamones blancos (de cerdos de capa blanca, no ibéricos) comercializó en 2023 un total de 32.000 toneladas de jamones y paletas, un volumen superior al de un año antes. La segunda se acercó a las 25.615 toneladas y la tercera, a las 16.943 toneladas. Por debajo de estas producciones y hasta las 7.200 toneladas, se encontraban otras siete empresas que forman el grupo de los diez primeros productores y comercializadores del sector.

En el caso de las presentaciones loncheadas, el líder sectorial registró una producción de unas 12.000 toneladas, mismo volumen del año anterior.

COMERCIO EXTERIOR

Los principales grupos comercializadores de jamones y paletas curados han apostado de una manera muy decidida por el comercio exterior. El 90% de las ventas corresponde al jamón de cerdo blanco.

En 2023 se exportaron, según datos de ANICE, casi 68.849 toneladas de jamón curado, un 3,5% más que en el año anterior. De las ventas totales, la mayor aportación fue la de jamón curado con hueso.

Por destinos, el grueso de las ventas fue a los países comunitarios, entre los que sobresalieron Francia, Alemania y Portugal. Fuera de la Unión Europea, se exportó jamón y paleta a países como Estados Unidos, Reino Unido y China.

JAMÓN IBÉRICO

Para el sector industrial del cerdo ibérico, el año 2023 estuvo marcado por la presión derivada de la subida de los precios de la materia prima.

El jamón curado de cerdo ibérico es el más apreciado en charcutería, con una cuota del 4,8% en volumen y del 13,2% en valor, según datos de ANICE.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CARNES Y ELABORADOS DEL CERDO IBÉRICO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Vall Companys*	3.700
Campofrío Food Group, S.A*	2.179
Grupo Jorge*	1.976
ElPozo Alimentación, S.A.*	1.804
Industrias cárnicas Piqueas, S.A (Incarlasa)*	1.169
Grupo Osborne, S.A*	248
Deraza Ibérico, S.L	88
Productos Ibéricos Calderón y Ramos	85,8
Canpipork, S.L	74
Jamones Ibéricos Blázquez.S.L	23,34

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023 *Incluye la facturación de otras producciones.



Las marcas de distribuidor (MDD) han ganado terreno también en este subsector y en los últimos dos años han incrementado su cuota de mercado, según las estimaciones de varias consultoras.

Un grupo importante dentro del ibérico es el formado por los secaderos a maquila que trabajan para las empresas productoras y comercializadoras.

Dentro del grupo de las diez primeras empresas del subsector del cerdo ibérico, la principal empresa registró unas ventas superiores a los 249 millones de euros en la sección de cerdo ibérico; la segunda facturó por encima de los 186 millones de euros y la tercera superó los 180 millones de euros.

JAMONES CON DENOMINACIÓN DE CALIDAD DIFERENCIADA

Dentro del sector español de los jamones hay ocho figuras de calidad reconocidas, que amparan tanto la producción de cerdo blanco, como la de ibérico.

Así, hay cuatro denominaciones de origen protegidas: la DOP Dehesa de Extremadura; la DOP Guijuelo, la DOP Jabugo, la DOP Los Pedroches y la DOP Jamón de Teruel. También están reconocidas las producciones certificadas de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Jamón de Trevélez y de la IGP Jamón de Serón y la Especialidad Tradicional Garantizada (ETG) Jamón Serrano.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, operan con las marcas de calidad diferenciada más de 175 industrias, que sacan al mercado casi 19,6 millones de piezas (jamones y paletas) certificadas. ■

PRODUCTOS DE CASQUERÍA

Según los datos de la encuesta de producto que elabora anualmente el INE, en 2023 se produjeron 223.936,3 toneladas de productos de casquería como tripas, vejigas y estómagos de animales. Esa producción alcanzó un valor total de 234 millones de euros. Comparando estas cifras con las del año anterior, se observó una caída del 32% en volumen y del 16% en valor.

De la producción total de productos de casquería, un 60% corresponde a menudencias elaboradas; un 25% a menudencias de cerdo; un 15% a menudencias de ternera y el 5% restante a las menudencias de cordero, según estimaciones.

En los últimos años, el consumo se había recuperado gracias a la llegada a España de migrantes acostumbrados a consumir este tipo de productos. También el

sector había recuperado cierto prestigio, gracias a las campañas de promoción y a la utilización de esta materia prima en algunos restaurantes de alta calidad.

La estructura empresarial del sector de la casquería está formada por un gran número de pequeños y medianos operadores. Se estima que se encuentran en actividad unas 350 empresas y 1.400 puntos de venta de casquería. Junto a esta base atomizada, han aparecido en los últimos años algunos grupos de dimensiones medianas y grandes, que buscan abrir mercado en el exterior.

En cuanto al comercio, todavía no es muy importante y se realiza con los países de nuestro entorno comunitario, especialmente Francia e Italia. No obstante, las empresas han exportado también a países como Rusia y China. ■

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CARNES

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA **/ *

CORDERO SEGREÑO **/ *

ARAGÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA **/ *

TERNASCO DE ARAGÓN *

MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

POLLOS

CARNE DE VACUNO

TERNASCO AHUMADO

CARNE DE CONEJO

ASTURIAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

TERNERA ASTURIANA *

BALEARES

MARCAS DE GARANTÍA

ANYELL D'E

FET NOSTRO

CARNE DE CERDO (PMS)

CARNE DE CORDERO (MMS)

CANTABRIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE CANTABRIA *

CASTILLA-LA MANCHA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA **/ *

CORDERO SEGREÑO **/ *

CORDERO MANCHEGO *

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA **/ *

CARNE DE MORUCHA DE SALAMANCA *



LECHAZO DE CASTILLA Y LEÓN *

TERNERA DE ALISTE

DENOMINACIONES DE CALIDAD
MARCA DE GARANTÍA

CARNE DE CERVERA Y DE LA MONTAÑA PALENTINA

COCHINILLO DE SEGOVIA

TERNERA CHARRA

CATALUÑA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

POLLASTRE Y CAPÓ DEL PRAT *
(POLLO Y CAPÓN DEL PRAT)VEDELLA DELS PIRINEUS CATALANS *
(TERNERA DE LOS PIRINEOS CATALANES)

GALL DEL PENEDÉS *

MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA
MARCA "Q"

CAPÓN

CERDO

CONEJO

CORDERO

POLLO

TERNERA

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCAS DE CALIDAD

CARNE DE CORDERO GUIRRO

CARNE DE CONEJO

EXTREMADURA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

TERNERA DE EXTREMADURA *

CARNE DE ÁVILA **/ *

CORDERO DE EXTREMADURA

GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CAPÓN DE VILALBA

TERNERA GALLEGA *

VACA Y BUEY DE GALICIA****

LA RIOJA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA **/ *

MARCAS COLECTIVAS

LA RIOJA, RESERVA DE LA BIOSFERA.

TERNOJA

MADRID

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE LA SIERRA DE GUADARRAMA *

NAVARRA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CORDERO DE NAVARRA *

TERNERA DE NAVARRA *

PAÍS VASCO

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS
VASCO) *EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMEN-
TARIA)EUSKAL ESNE BILDOTSA
(CORDERO LECHAL DEL PAÍS VASCO)EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS
VASCO) *EUSKAL BASERRIKO OILASKOA
(POLLO DE CASERÍO VASCO)

EUSKAL BASERRIKO TXERKIA (CERDO DE CASERÍO)

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CC AA / **** Protección Nacional Transitoria / * Inscrita en el Registro de la UE

Capón de Vilalba

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito geográfico de la Indicación Geográfica Protegida «Capón de Vilalba» comprende la totalidad de la comarca gallega Terra Chá (Tierra Llana del Miño), en el norte de la provincia de Lugo, e incluye los municipios Abadín, Begonte,

Castro de Rey, Cospeito, Germade, Guitiriz, Muras, Pastoriza y Vilalba, que es su principal población.

CARACTERÍSTICAS: Ampara la carne fresca de machos de la especie *Gallus domesticus* castrados. Las aves son de la raza Galiña de Mos o de diferentes estirpes que tienen como rasgo común su rusticidad, lo que permite su cría al aire libre en las condiciones climáticas de la zona. Estas estirpes, al igual que la raza Galiña de Mos, deben ser semipesadas y de crecimiento lento y presentar plumaje de color marrón-rojizo. Los animales se sacrifican con una edad mínima de 150 días, después de un período de cría y engorde de al menos 77 días. El cebo, fase final del engorde, se realiza en recintos confinados durante al menos 25 días. Además se establece una categoría especial, que se comercializa en la época navideña, con la mención adicional «Capón de Nadal», que se aplica a animales que se sacrifican con una edad mínima de 210 días.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Carne de Ávila

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se extiende por algunas provincias de Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Extremadura, La Rioja, Madrid y Valencia. La zona de elaboración se concentra en Castilla y

León y Madrid, con una fuerte expansión hacia zonas del País Vasco, el Mediterráneo y la costa andaluza.

CARACTERÍSTICAS: Se amparan las carnes de terneras, añojos y novillos de la raza Avileña Negra Ibérica. Los animales de esta raza, por su constitución, tienen gran adaptabilidad al clima y una enorme facilidad para caminar, cualidad indispensable para los desplazamientos trashumantes por accidentadas orografías y para la búsqueda de su alimentación en régimen extensivo en sierras y dehesas.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas 609 ganaderías, con 30.847 reproductoras, 211 explotaciones de cebo y 26 industrias cárnicas. Anualmente se sacrifican unos 5.033 animales y se comercializan 1,5 millones de kilos de carne.

Carne de Cantabria

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción, crianza y engorde del ganado destinado a la producción de carne apta para ser protegida por la IGP comprende el territorio de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

CARACTERÍSTICAS: El ganado vacuno de las razas agrupadas en el tronco cántabro bóvido castaño cóncavo (Tudanca, Monchina y Asturiana), Pardo Alpina, integrada por absorción, y la Limusina, adaptada al medio, así como sus cruces, es apto para suministrar carne protegida. Los animales deben estar mamando de sus madres un mínimo de tres meses, en la fase de desarrollo por destete deberán consumir al menos el 50% de sus necesidades alimenticias en forma de forrajes producidos en Cantabria. Se establecen cuatro tipos de animales aptos para ser sacrificados: Ternera, Añojo, Novilla y Buey.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se han inscrito, 381 explotaciones ganaderas, 13.891 cabezas de ganado, de las que se sacrifican 1.347, también están inscritos 4 cebaderos, 4 mataderos y 6 salas de despiece. La comercialización de carne con IGP alcanza los 344.973 kilos de media al año.

Carne de la Sierra de Guadarrama

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Ampara la producción de carne de añojo y ternera procedente de vacas de la Sierra de Guadarrama (Madrid), repartida en las siguientes zonas de producción: Lozoya, Somosierra, Guadarrama, Colmenar Viejo/Campiña, San Martín de Valdeiglesias o Suroccidental.

CARACTERÍSTICAS: Se protegen las carnes de añojo de razas Avileña, Limusín, Charoles, y sus cruces con la estirpe autóctona Serrana. Los terneros deben ser destetados con un mínimo de 5 meses, destinados al sacrificio con un máximo de 16 meses y con un peso en canal de 175 a 275 kilos para las hembras y de 225 a 375 para los machos. El periodo mínimo de acabado en cebo intensivo es de 3 meses.

DATOS BÁSICOS: Hay inscritas 295 explotaciones ganaderas con 5.550 animales, 3 mataderos y 7 salas de despiece. Son 144 establecimientos autorizados a comercializar 1,4 millones de kilos de este tipo de carne anualmente.

Cordero de Extremadura

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de la carne del 'Cordero de Extremadura' CORDEREX, desde que el animal nace, hasta su sacrificio, se encuentra delimitada por la comunidad autónoma de Extremadura, región muy vinculada a la ganadería ovina, destacando en esta la raza Merina.

CARACTERÍSTICAS: Los corderos destinados a la certificación, tienen un sistema de cría, manejo y alimentación tradicional de la zona y típico del ecosistema de la dehesa Extremeña. Todo el proceso de producción es controlado y trazado por el Consejo Regulador de la I.G.P. Cordero de Extremadura, CORDEREX. Los Corderos, en régimen extensivo son alimentados exclusivamente con leche materna hasta alcanzar los 15 Kg de peso vivo, entonces pasan a consumir concentrados autorizados hasta llegar a los 21-29 Kg, donde se sacrifican, siendo siempre su edad menor a los 100 días. Los pesos de las canales van de 9-16 Kg. La carne se caracteriza por tener un color rosado y un moderado nivel de infiltración de grasa. La grasa es de color blanco y consistencia firme y le proporciona a la carne una textura, ternera y jugosidad características muy agradables al paladar.

DATOS BÁSICOS: En el consejo están inscritas 288 explotaciones de producción, con un total de censo inscrito de más de 264.326 ovejas reproductoras. Existen 6 centros de acabado, 3 mataderos y 2 entidades comercializadoras, que certifican una media anual de 457.333 Kg de carne de cordero de IGP, de un total de 41.779 corderos sacrificados



Carne de Vacuno del País Vasco

(Euskal Okela)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, así como la de elaboración, comprende todo el ámbito geográfico de la Comunidad Autónoma Vasca. Las razas autorizadas para la producción de Carne de Vacuno del País Vasco o Euskal Okela son: Pirenaica, Pardo Alpina, Limusín, Blanca y sus cruces.

CARACTERÍSTICAS: Los animales son criados de modo tradicional, incidiendo en las condiciones que afectan a su salud y bienestar, y cuidando de un modo especial la alimentación que reciben. La alimentación se basa en los recursos forrajeros naturales (hierba fresca, hierba seca, heno y paja) y, en su caso, en los piensos complementarios autorizados. Las canales autorizadas por la Indicación son los de ternera, carne de animales de edades comprendidas entre los 8 y 20 meses y peso mínimo de 210 kilos para los machos y 160 kilos para las hembras; el vacuno mayor, carne de animales de edades comprendidas entre 21 y 84 meses y peso mínimo de 275 kilos. Y el buey, carne de animales machos castrados de edades comprendidas entre los 21 y 59 meses y peso mínimo de 275 kilos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 1.439 ganaderías y se sacrifican al año más de 13.500 cabezas de ganado. Las 11 industrias registradas comercializan cada año 4,2 millones de kilos de carne con IGP.

Cordero Segureño

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica definida para la IGP se sitúa en la confluencia de las provincias de Albacete, Almería, Granada, Jaén y Murcia, encuadrando dentro las denominadas Cordilleras Béticas Orientales. Se caracteriza por tener una altitud mínima de 500 metros, siendo a su vez dicha altitud el elemento delimitador de la zona ya que condiciona, de manera definitiva, las características agroclimáticas y, en consecuencia, el sistema de producción.

CARACTERÍSTICAS: De los corderos segureños se han obtenido tradicionalmente canales de un peso comprendido entre los 9 y los 13 Kg., muy bien conformadas cuya carne posee un color rosa pálido o rosa con un nivel de engrasamiento de cobertura e infiltración óptimo, lo que le confiere una gran jugosidad y ternera a la carne.

DATOS BÁSICOS: En la IGP se comercializaron una media anual de unos 18.105 corderos certificados.

Cordero de Navarra

(Nafarroako Arkumea)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida acoge a los corderos procedentes de las razas Navarra y Lacha en pureza, comercializados como carne fresca. La zona de producción abarca toda la superficie de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: Los corderos amparados por la IGP procederán de ovejas que rea-

lizan su ciclo productivo en régimen extensivo o semiextensivo. Se distinguen dos categorías: el cordero Lechal y el Ternasco. En el sacrificio las canales alcanzan un peso de 9 a 12 kilos. El color de la carne es rosa pálido y la carne es tierna, con inicio de infiltración grasa a nivel intramuscular, gran jugosidad, textura suave y sabor característico.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 237 explotaciones ganaderas. Se sacrifican 49.270 cabezas de ganado y se comercializan 397.621 kilos de carne con IGP.

Cordero Manchego

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La IGP ampara la producción de carne de cordero en la región natural de La Mancha, en 400 municipios, con una superficie

de unos 34.000 km² repartidos entre Ciudad Real, Cuenca, Toledo y Albacete.

CARACTERÍSTICAS: Carne de corderos que proceden exclusivamente de la raza Manchega, criados con leche materna durante sus primeros días de vida y posteriormente, tras el destete engordados en estabulación, con piensos concentrados, hasta que alcanzan el peso apropiado. Las canales pesan de 5 a 8 kg en el caso del lechal ó de 10 a 15 kg en el recental; tienen un engrasamiento escaso o medio y una conformación óptima. La carne de cordero Manchego es muy tierna y jugosa y posee un inicio de infiltración grasa a nivel intramuscular que le aporta un sabor suave muy característico.

DATOS BÁSICOS: Actualmente en el consejo regulador figuran inscritas 245 ganaderías de cría, con un total de 216.761 ovejas, 6 explotaciones de cebo, 3 centros de sacrificio, 7 operadores comerciales y 1 sala de despiece. En 2023 se comercializaron 18.928 canales de cordero manchego recental y 2.463 canales de cordero manchego lechal, lo que supone un peso de 269.891 Kg.

Gall del Penedés

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción de la IGP, corresponde al ámbito histórico del Penedés, se caracteriza por ser el territorio originario de la raza Penedesenca tradicional y por ser una región fundamentalmente vitivinícola. La Está formada por

73 municipios que corresponden a todos los municipios de las comarcas del Alt Penedès, del Baix Penedès y del Garraf, a 25 municipios de la comarca de l'Anoia i 1 municipio del Alt Camp.

CARACTERÍSTICAS: La Indicación geográfica protegida Gall del Penedès ampara carne fresca de pollo (machos y hembras) de la variedad Penedesenca negra mejorada de la raza Penedesenca tradicional. Es una ave de crecimiento lento, muy rústica, con buena vitalidad, de tipología corporal mediterránea, ligera, y de producción de carne pesada. Se caracteriza por su piel blanca, patas negras con la base de la pata blanca y carne rojiza de gran calidad gustativa y músculos firmes y suculentos.

DATOS BÁSICOS: En el consejo regulador están inscritas 4 explotaciones que sacrifican anualmente cerca de 4.000 animales con destino a la IGP, que suponen 11 toneladas de carne de la IGP Gall del Penedés.

Lechazo de Castilla y León

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción de ovino cuyas canales se consideran aptas comprende 2 comarcas de Ávila, 8 de Burgos, 6 de León, 4 de Palencia, 6 de Salamanca, 3 de Segovia, 5 de Soria, 4 de Valladolid y 5 de Zamora.

CARACTERÍSTICAS:

El tipo de ganado procede exclusivamente de las razas Churra, Castellana y Ojalada y sus cruces. La IGP ampara a los corderos machos y hembras. El peso vivo al sacrificio en el matadero puede oscilar entre los 9 y los 12 kilos, la edad máxima de sacrificio está fijada en 35 días y la alimentación de los lechazos ha de ser en su totalidad con leche materna. El peso canal puede oscilar entre los 4,5 y los 8 kilos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 422 ganaderías, 20 mataderos y 52 operadores comerciales. La comercialización anual de carne protegida por la Indicación Geográfica Protegida asciende a unos 726.000 kilos.

Ternera Asturiana

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción, crianza y engorde del ganado amparado por la IGP abarca todo el territorio de la comunidad autónoma del Principado de Asturias.

CARACTERÍSTICAS: Los animales utilizados para la producción de la carne protegida por

esta IGP serán de las razas Asturiana de los Valles, Asturiana de la Montaña y sus cruces entre sí; serán igualmente admitidos cruzamientos entre machos puros de esas dos razas con hembras procedentes genéticamente de las razas autóctonas asturianas. El amamantamiento de los terneros es obligatorio en los cinco primeros meses, el resto del período alimentario es a base de pastos y concentrados aprobados por el Consejo Regulador. La edad máxima de sacrificio es de un año para los animales de la categoría comercial Ternera y de 18 meses para el Añojo.

DATOS BÁSICOS: En el CR figuran inscritas 6.186 explotaciones, 83.369 vacas madre, 7 mataderos, 50 comercializadores y 219 carnicerías autorizadas. La comercialización media anual supera los 5,2 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.

Ternera 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, ternura 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 sacrificaron durante el 2023 al año cerca de 6.500 animales, que representaron prácticamente 15.000 kilos de carne protegida. Se comercializa en su totalidad en el mercado nacional.

Ternera Gallega

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Los ganaderos gallegos han transmitido durante generaciones su forma tradicional de criar el vacuno. Un saber hacer al que Ternera Gallega le puso nombre hace 30 años. La IGP ampara la carne que procede de terneros nacidos, criados

y sacrificados en Galicia; que pertenecen a las razas autóctonas y sus cruces con razas autorizadas y que superan un riguroso programa de control y trazabilidad; incluyendo la certificación de Bienestar Animal Ternera Gallega.

CARACTERÍSTICAS: Cuenta con 2 categorías comerciales, Ternera Gallega Suprema y Ternera Gallega, que provienen de animales jóvenes, cuya alimentación se fundamenta en el pastoreo, en los recursos forrajeros de cada ganadería y en concentrados, exclusivamente de vegetales y aprobados por la IGP. En el caso de Suprema, los terneros no superan los 10 meses y la base de su alimentación es la leche materna, como mínimo hasta los 7. La carne certificada se caracteriza por su sabor, jugosidad y terneza.

DATOS BÁSICOS: Más de 8.400 ganaderías familiares y 99 industrias y comerciales están inscritas en la IGP. En 2021, se comercializaron 23.695 toneladas de carne certificada, con un valor económico de 137 millones de euros. Cifras que contribuyen a generar riqueza en el medio rural y a evitar su despoblación, al tiempo que el sistema de crianza empleado contribuye a la biodiversidad y a la sostenibilidad medioambiental.

Ternera de Aliste



INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: el lejano Oeste de Zamora; comarcas de Aliste, Sayago y Sanabria.

CARACTERÍSTICAS: Carne de ganado vacuno joven, de razas de aptitud cárnica, adaptado a la zona geográfica y producida en base a una alimentación y al manejo tradicional de la zona, con una edad de sacrificio comprendida entre 8 y 12 meses. Basada en la producción de pequeñas explotaciones familiares influenciadas enormemente por la presencia del lobo ibérico (Canis lupus sig-

natus) que condiciona un sistema de manejo consistente en proteger al ternero en el establo desde su nacimiento hasta su sacrificio, basando su alimentación en la lactancia materna, produciendo una carne de color rosa pálido, con alta terneza y jugosidad y suave flavor.

DATOS BÁSICOS: 69 explotaciones, 2.500 vacas nodrizas. 1 matadero. 23 comercializadores. 350.000 kg de carne anuales.

Ternera de Navarra



INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara la producción de carne fresca de ganado vacuno procedente de vacas nodrizas nacidas, cebadas y sacrificadas en la Comunidad Foral de Navarra.

CARACTERÍSTICAS: El ganado autorizado procede de las razas Pirenaica, Blonde, Parda Alpina, Charolais y sus cruces. Los terneros protegidos por la Indicación Geográfica Protegida deberán ser amamantados con leche materna durante un período mínimo de cuatro meses. Los terneros de cebo reciben una alimentación a base de materias primas naturales, quedando prohibidos los productos de efecto hormonal o sustancias no autorizadas.

do prohibidos los productos de efecto hormonal o sustancias no autorizadas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están inscritas 501 explotaciones y 16.567 cabezas de ganado, así como 4 mataderos y 5 salas de despiece que sacrifican una media anual de 6.622 terneros. Las 185 carnicerías autorizadas venden anualmente más de 1,5 millones de kilos de carne con IGP.

Vedella dels Pirineus Catalans



(Ternera de los Pirineos Catalanes)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La IGP Ternera de los Pirineos Catalanes ampara carne de vacuno de animales nacidos y criados en municipios de las comarcas catalanas pirenaicas y prepirenaicas: Alt Empordà, Alta Ribagorça, Alt Urgell, Bages, Berguedà, Cerdanya, Garrotxa, Noguera, Osona, Pallars Jussà, Pallars Sobirà, Pla de l'Estany, Solsonès, Ripollès y Val d'Aran. Como hecho significativo señalar que es una IGP transfronteriza que se extiende por la Cataluña Norte por municipios del Departamento francés de los Pirineos Orientales.

CARACTERÍSTICAS: Los animales utilizados para la producción de carne amparada por la IGP son de las razas rústicas Bruna dels Pirineus, Aubrac o Gascona, o del cruce de estas madres con machos de las razas Charolaise, Limousine o Rubia de Aquitània. Son criados en régimen extensivo como mínimo durante

los cuatro primeros meses de vida en los que se alimentan a base de leche materna i pastos frescos. Son sacrificados entre los 8 y 12 meses de edad con un peso mínimo de la canal de 160 kg. Para asegurar una buena maduración de la carne, las canales deben reposar un mínimo de 6 días antes de su venta al consumidor.

DATOS BÁSICOS: Durante el 2023 no se comercializó carne amparada bajo la IGP.

IGP Vaca Gallega / Buey Gallego



INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La IGP Vaca Gallega / Buey Gallego valoriza el vacuno mayor producido en Galicia y lo diferencia en el mercado. Bajo su programa de control, certifica la carne de vacas y bueyes de las principales razas existentes en la comunidad gallega, que se alimentan de pastos, forrajes en fresco o conservados y de otros recursos de las ganaderías, que pueden completarse con concentrados y productos de origen vegetal.

CARACTERÍSTICAS: La carne amparada se comercializa como Vaca Gallega o Buey Gallego. En la categoría *Selección* se identifican las canales con mayor infiltración y cobertura grasa, cualidades organolépticas muy valoradas en el vacuno mayor. El producto certificado se define por su intenso color, sus aromas marcados y su extraordinario sabor.

DATOS BÁSICOS: Vaca Gallega / Buey Gallego nace para dar garantías de origen y trazabilidad a los consumidores y generar nuevas oportunidades comerciales para los ganaderos gallegos. Desde que surgió en 2017, ya cuenta con casi 1.100 ganaderías inscritas. La carne comercializada también crece, hasta las 268 toneladas, revelando el gran potencial de la IGP.

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE JAMONES

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

GUIJUELO **

JAMÓN DE JABUGO **/°

LOS PEDROCHES °

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

JAMÓN DE TREVÉLEZ °

JAMÓN DE SERÓN *

ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

JAMÓN SERRANO **

ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

JAMÓN DE TERUEL/PALETA DE TERUEL °

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO **/°



CASTILLA - LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

GUIJUELO **/°

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO °

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

GUIJUELO **/°

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO °

CATALUÑA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO °

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

JAMÓN CURADO

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

DEHESA DE EXTREMADURA °

GUIJUELO **/°

JABUGO **/°

LA RIOJA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO °

MURCIA

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO °

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CC AA / ° Inscrita en el Registro de la UE

Dehesa de Extremadura

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca las dehesas arboladas a base de encinas y alcornoques situadas en

las provincias de Badajoz y Cáceres, mientras que la elaboración y maduración de jamones y paletas está delimitada por las comarcas de sierras del sudoeste de Badajoz, Ibor-Villuercas, Cáceres-Gredos Sur, Sierra de Montánchez y Sierra de San Pedro.

CARACTERÍSTICAS: Los jamones y paletas proceden únicamente de cerdos de raza Ibérica pura o cruzados con Duroc-Jersey con al menos el 75% de sangre ibérica. El proceso de secado y maduración se prolonga entre 18 y 36 meses. Según la procedencia de la alimentación del ganado, los jamones y paletas se clasifican como Bellota, Recebo y Cebo de Campo.

DATOS BÁSICOS: Están registradas 2.100 explotaciones de cerdos de cebo y 120 empresas elaboradoras. La producción anual es de 80.000 jamones y 145.000 paletas certificadas con la DOP. La calidad de nuestro producto está avalada por un control estricto por parte de los servicios técnicos veterinarios, desde que el cerdo nace hasta el etiquetado final del jamón o paleta y su posterior salida al mercado.

Guijuelo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de paletas y jamones curados comprende 78 municipios del suroeste de Salamanca, con Guijuelo como principal centro productor.

La zona de producción ganadera abraza diversas comarcas de Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura y Andalucía, principalmente aquellas que disponen de dehesas.

CARACTERÍSTICAS: Los cerdos amparados son 100% o 75% ibéricos, garantizando así la predominancia de la raza ibérica en las producciones. Los animales se alimentan de bellotas y pastos naturales en libertad dentro de las dehesas. Los jamones y paletas se someten a un proceso de curación en secaderos naturales y maduran en bodegas inscritas lentamente durante varios años hasta obtener las características organolépticas óptimas para su consumo. Cada pieza se identifica individualmente con un precinto inviolable y una vitola exclusivos numerados de la DOP Guijuelo, y una etiqueta comercial autorizada de un operador inscrito. Los precintos identifican cada tipo de pieza, atendiendo a un código de colores: negro para bellota 100% ibérico, rojo para bellota 75% ibérico, y verde para cebo de campo 100% o 75% ibérico. Los productos transformados deben portar una contraetiqueta de seguridad de la DOP que garantiza su trazabilidad.

DATOS BÁSICOS: En la añada 2021, la DOP Guijuelo registró 186 ganaderías y 347 explotaciones activas, 9 mataderos y 47 industrias elaboradoras certificadas. Se sacrificaron 45.172 animales y se comercializaron 90.323 jamones y 90.334 paletas en pieza entera, además de 12.639 deshuesados, 743 porcionados y 105.769 loncheados.

Jabugo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de jamones y paletas con DOP Jabugo está constituida por 31 términos municipales de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, entre los que se encuentran Aracena, Cortegana, Cumbres Mayores, Corteconcepción, Higuera de la Sierra, Jabugo y Santa Olalla del Cala. La zona de producción comprende las dehesas de encinas, alcornoques y quejigos de Huelva, Córdoba, Sevilla, Cádiz, Málaga, Cáceres y Badajoz.

CARACTERÍSTICAS: Cuando el cerdo está en la dehesa, y atendiendo a la cantidad de bellota, se identifica con un crotal para poder hacer el seguimiento de su engorde durante la montanera. Cuando el cerdo pasa a ser jamón y paleta, se identifica con dos elementos de control: un precinto de color negro de la DOP que se coloca en la pieza en el momento del sacrificio y una vitola de color negro de la DOP que se coloca en la pieza una vez que ha finalizado su elaboración. Ambos elementos con un mismo número identificativo, así como la añada correspondiente. Estos elementos garantizan al consumidor la trazabilidad de la calidad y el origen.

Finalmente, se coloca la etiqueta de la bodega comercializadora inscrita en el Consejo Regulador de la DOP Jabugo.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 39 bodegas comercializadoras, 26.407 cerdos identificados, 94.797 piezas precintadas en matadero, 61.727 jamones certificados con la máxima designación Summum, con un valor económico 15,9 millones de Euros.

Jamón de Serón

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La elaboración del «Jamón de Serón» se realizará exclusivamente dentro del término municipal de Serón, provincia de Almería.

CARACTERÍSTICAS:

Jamón curado obtenido a partir de los perniles del cerdo (machos castrados y hembras) procedente de alguna de las siguientes razas o cruces entre ellas: Duroc, Large White, Landrace, Blanco Belga, Pietrain y Chato Murciano, y elaborado a través de un proceso de secado-maduración natural, de forma redondeada, conservando la pata, con o sin corteza, siendo en este último caso eliminada mediante un corte con forma de «V». Color rojo y aspecto brillante al corte, con grasa parcialmente infiltrada en la masa muscular, carne de sabor ligeramente dulce, poco salada y de aroma de medio a intenso. Grasa de consistencia untuosa, brillante, coloración blanca amarillenta, de sabor dulce y aroma intenso.

Se comercializa bajo dos categorías: Jamón de categoría «S-XVI», de 7 kg de peso mínimo, con un período de elaboración superior a 16 meses. Jamón de categoría «S-XX» de peso mínimo 8 kg, con un período de elaboración superior a 20 meses.

Para ambas categorías, el proceso de secado-maduración natural, bajo las condiciones medioambientales de Serón, debe abarcar al menos 12 meses. Se podrá presentar el producto envasado, bien deshuesado o bien loncheado, siempre y cuando se garantice la calidad y la trazabilidad del mismo

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Jamón de Teruel

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA:

Todas las comarcas de la provincia de Teruel están amparadas para la producción de cerdos y la elaboración de jamones con Denominación de Origen Jamón de Teruel, siendo la más antigua DO de jamón de España.

CARACTERÍSTICAS: El porcino autorizado es el procedente de los cruces de las razas Landrace y Large White en madres, y Duroc en padres. El proceso de curación de los jamones se realiza en alturas superiores a los 800 metros y toda la fase de elaboración no es inferior a los 14 meses. Los jamones, de 8 a 9 kilos de peso, ofrecen un aspecto brillante y color rojo al corte, con grasa parcialmente infiltrada en la masa muscular. Los jamones van marcados con la clásica estrella de 8 puntas y la marca "Teruel" en la corteza.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 256 explotaciones de cerdos, 35.428 cerdas reproductoras y 53 empresas elaboradoras. La producción media anual alcanza un volumen de 450.065 jamones.

Jamón de Trevélez

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de los jamones protegidos por la Indicación Geográfica Protegida Jamón de Trevélez está constituida por un área natural en la que los factores de altitud, temperatura y humedad, entre otros, dan a los productos unas cualidades propias que tradicionalmente le han caracterizado. Esta zona comprende las partes con altitud superior a 1.200 metros de

los términos municipales de Trevélez, Juviles, Busquistar, Pórtugos, La Tahá, Bubión, Capileira y Bérchules. Las actividades de elaboración y maduración de los jamones se limitan a estos municipios de la comarca de la Alpujarra Alta, en la provincia de Granada.

CARACTERÍSTICAS: Los jamones se obtienen únicamente de cerdos de los cruces de las razas Landrace, Large-White y Duroc-Jersey alimentados con piensos vegetales. El jamón se elabora con pernil de cerdo blanco de hembra o macho castrado, tiene una curación natural con métodos tradicionales, contiene menos de un 5% de sal, sin aditivos ni conservantes, un sabor suave y poco salado con un color rojo pálido y grasa parcialmente infiltrada. El proceso de secado y curado se realiza en ambiente natural y se prolonga por un período que va desde mínimo los 14 meses, período a partir del cual el jamón desarrolla todos los aromas y el sabor, hasta más de 24 meses de curación.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 6 empresas elaboradoras y comercializadoras con una producción anual media de 271.307 jamones con I.G.P. Jamón de Trevélez.

Jamón Serrano

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración del jamón serrano se extiende a todo el territorio nacional. El producto deberá obtenerse de cerdos sanos que hayan sido sacrificados cumpliendo todos los requisitos higiénico-sanitarios exigidos por la legislación vigente.

CARACTERÍSTICAS: El proceso de elaboración que incluye las fases de salazón, lavado, reposo, secado y maduración no podrá ser en ningún caso inferior a siete meses desde la introducción de la pieza en sal. El jamón serrano presenta una grasa brillante, untuosa, de coloración entre blanca y amarillenta, aromática y de grato sabor. De color rosa a rojo púrpura, sabor delicado y poco salado, aroma agradable, textura homogénea, poco fibrosa y sin pastosidad. El jamón se presenta comercialmente en corte en V con pata o sin pata, corte redondo con pata y sin pata y deshuesado con piel, corte en V o sin piel y desgrasado.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador del jamón serrano español están inscritas 120 empresas de comercialización. Anualmente se comercializan 3 millones de piezas con la etiqueta garantizada en sus tres gamas de curación: Gran Reserva (más de 15 meses), Reserva (mínimo 12 meses) y los Loncheados (mínimo 10 meses).

Los Pedroches

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción para la cría y engorde de los cerdos protegidos por la Denominación de Origen

Protegida Los Pedroches comprende las dehesas arboladas de 32 municipios de la comarca de Los Pedroches, al norte de la provincia de Córdoba.

CARACTERÍSTICAS: Los jamones y paletas proceden únicamente de cerdos de raza Ibérica pura, o cruzados con Duroc, Duroc-Jersey y Largue-Black, pero siempre con al menos un 75% de sangre ibérica. Los productos se distinguen según se haya realizado la alimentación del cerdo en montanera o recebo. Los jamones y paletas de cerdos criados en montanera llevan un precinto de color negro y la inscripción "Bellota de Los Pedroches"; los engordados mediante recebo tienen un precinto rojo y la etiqueta "Los Pedroches".

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 794 explotaciones ganaderas que suman unos 33.000 cerdos y 520 reproductoras. Hay 20 industrias adscritas a la Denominación de Origen Protegida que comercializan una media de 60.000 jamones y paletas con DOP.



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE EMBUTIDOS, SALAZONES Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS

ARAGÓN

MARCAS DE GARANTÍA DE CALIDAD

CECINA
 CHORIZO
 CONSERVA DE CERDO EN ACEITE
 LOMO EMBUCHADO
 LONGANIZA DE ARAGÓN
 MORCILLA DE ARAGÓN
 PALETA CURADA

ASTURIAS

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

CHOSCO DE TINEO *

BALEARES

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

SOBRASSADA DE MALLORCA *

CANTABRIA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

EMBUTIDOS CRUDOS CURADOS DERIVADOS DE ESPECIES CINEGÉTICAS

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

BOTILLO DEL BIERZO *
 CECINA DE LEÓN *
 CHORIZO DE CANTIMPALOS

MARCAS DE GARANTÍA

CECINA DE VILLARRAMIEL
 CECINA DE CHIVO DE VEGACERVERA
 CHORIZO ZAMORANO
 CHORIZO DE LEÓN
 IBÉRICOS DE SALAMANCA
 FARINATO DE CIUDAD RODRIGO
 TORREZNO DE SORIA

CATALUÑA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

LLONGANISSA DE VIC * (SALCHICHÓN DE VIC)

COMUNIDAD VALENCIANA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

EMBUTIDO DE REQUENA *
 LONGANIZA
 MORCILLA
 SALCHICHÓN
 SOBRASADA

MARCAS DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

BOTIFARRA DE CEBA
 COENT DE BURRIANA
 EMBUTIDO OREADO AL PIMENTÓN
 LONGANIZA AL AJO
 LONGANIZA DE PASCUA
 LONGANIZA MAGRA
 LONGANIZA SECA
 MORCILLA DE CEBOLLA Y PIÑONES
 MORCILLETA DE CARNE
 MORCILLA DE PAN

GALICIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

LACÓN GALLEGO *

LA RIOJA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

CHORIZO RIOJANO *

REGISTRADOS Y CERTIFICADOS

PRODUCTOS CÁRNICOS ELABORADOS

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



Botillo del Bierzo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración comprende los 38 términos municipales que conforman la comarca de El Bierzo, entre los que se encuentran Ponferrada, Cacabelos, Villafranca del Bierzo, y Villablino de la comarca de Laciana.

comarca de Laciana.

CARACTERÍSTICAS: La forma exterior es ovalada, de color rojo plumizo. Se embute en tripa de cerdo natural, con un peso que oscila entre 500 y 1.600 gramos. El Botillo del Bierzo es un producto cárnico embutido, elaborado principalmente con costilla y rabo, con su parte de magro correspondiente, pudiendo llevar además lengua, carrillera, paleta y espinazo procedentes del despiece del cerdo, troceados, adobados y embutidos en el ciego del cerdo que posteriormente se ahuma y seca para su comercialización y consumo tras ser cocinado, donde predomina el olor a magro cocido, salazón y especias naturales.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida figuran inscritas 7 empresas que elaboran y comercializan 220.579 piezas de Botillo del Bierzo.



Cecina de León

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito geográfico protegido por la IGP incluye todos los municipios de la provincia de León. La altitud media es superior a 700 metros, con un clima continental extremo que es excepcional para la elaboración artesanal de la cecina.

CARACTERÍSTICAS: La cecina procede del despiece de los cuartos traseros del ganado vacuno mayor, preferentemente de razas autóctonas de Castilla y León. La materia prima se sala y, tras el lavado y asentamiento de las piezas, se ahuma con leña de roble o encina, todo ello hasta completar un proceso que debe durar un mínimo de 7 meses a partir de la fecha de salado. Las piezas tienen un peso que oscila entre los tres y los cinco kilos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 21 empresas que producen al año unas 125.000 piezas de tapa, contra, babilla y cadera, y comercializan algo más de 93.000 piezas con IGP.

Chosco de Tineo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de este embutido se extiende a los municipios de Tineo, Allende, Belmonte de Miranda, Cangas de Narcea, Salas, Somiedo, Valdés y Villalón en el occidente y suroccidente del Principado de Asturias.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado por la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Chosco de Tineo es un embutido crudo-curado y ahumado en ciego de cerdo. Los ingredientes que se emplean en su elaboración son: 80% como mínimo de cabecera de lomo y 15% como mínimo de lengua, sal, pimentón y ajo. La tripa que se utiliza como cobertura del chosco es el ciego del cerdo, de ahí su forma redondeada e irregular. Su color característico es el rojizo, más o menos intenso según la carne utilizada y la concentración de pimentón. Su sabor es agridulce con un suave toque ahumado. Los choscós pueden comercializarse en piezas enteras, crudos o cocidos, y también en trozos o loncheados.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la puesta en marcha de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de industrias elaboradoras y cantidad de producto comercializado, aunque en la actualidad hay 8 industrias cárnicas, que elaboran Chosco de Tineo y venden su producción en Asturias, que podrían recibir autorización para comercializar el producto con la IGP.

Chorizo de Cantimpalos

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración de este embutido comprende 64 municipios de la provincia de Segovia, que se extienden por un territorio

geográfico que abarca desde la Sierra de Guadarrama a Carbonero y de Riaza a Villacastín con una superficie de 2.268 kilómetros, con el municipio de Cantimpalos como núcleo principal de producción.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado por la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Chorizo de Cantimpalos es un embutido elaborado con carne de cerdo alimentado básicamente con cebada y cuya área de producción se sitúa a unos 1.000 metros de altitud, lo que constituye un medio excepcional para la curación natural del chorizo, proporcionándole su aroma y sabor característicos. Su composición comprende un 70% de magro de cerdo, un 26% de tocino, 2% de sal, 2% de pimentón, ajo y orégano. Este chorizo, que se consume crudo, frito o cocido, se presenta en tres formatos: sarta o herradura, de calibre fino y con un peso de 400 gramos; achorizado, en ristra de cinco piezas atadas de unos 700 gramos, y cular, embutido en tripa natural y de 1,2 kilos de peso medio.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 6 granjas, 4 salas de despiece, 4 mataderos y 19 empresas cárnicas, que comercializan 1,5 millones de kilos de chorizos al año con IGP.



Chorizo Riojano

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración del chorizo riojano se centra en toda la comunidad autónoma de La Rioja.

CARACTERÍSTICAS: De forma sarta o herradura, con un diámetro de 30-40 milímetros y un peso mínimo de 200 gramos, es uno de los alimentos más típicos de La Rioja, este chorizo es de consistencia firme y compacta, presenta un aroma equilibrado e intenso en el que domina el pimentón y las notas de ajo, con una textura agradable al paladar y un sabor intenso, persistente y picante en ocasiones. Las técnicas tradicionales de elaboración se plasman ahora en una industria cárnica que conjuga estos conocimientos heredados generación tras generación con las más modernas tecnologías.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 4 empresas, que producen una media de 2.565.000 piezas de chorizo riojano.

Embutido de Requena

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de embutidos se localiza en el municipio valenciano de Requena.

CARACTERÍSTICAS: Los embutidos se elaboran a partir de carne de cerdo y los productos protegidos son: salchichón, chorizo, perro, longaniza, morcilla, güeña y sobrasada. La elaboración tradicional de productos de la matanza destaca con personalidad en el Embutido de Requena. Las artes empleadas en el acondicionamiento de las carnes y demás productos derivados del cerdo, el especiado y maduración de las pastas, así como el embutido y curado de las piezas, junto a las condiciones ambientales influyentes en los procesos de secado, oreado y afinado de los productos, son determinantes de su peculiar calidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 11 empresas que elaboran y comercializan Embutido de Requena con Indicación Geográfica Protegida.

Lacón Gallego

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara la producción y elaboración de Lacón Gallego en toda la Comunidad Autónoma de Galicia, siempre y cuando se cumpla la normativa prescrita.

CARACTERÍSTICAS: El ganado apto para producir lacones es de las razas Celta, Large White, Landrace, Duroc y sus cruces. La alimentación puede ser tradicional (cereales, bellotas, castañas y tubérculos) o con piensos controlados. Los machos son castrados antes de su entrada al cebadero. Los cerdos para sacrificio tendrán, como mínimo, 6 meses de edad y 90 kilos de peso vivo.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador están inscritas 191 explotaciones, 7 mataderos, 9 salas de despiece y 8 industrias cárnicas. Anualmente se comercializan cerca de 1.550 piezas amparadas por la Indicación Geográfica Protegida, cuyo peso se aproxima a los 6.000 kilos.

Sobrasada de Mallorca

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



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 durante el 2023 produjeron 428.000 y comercializaron 222.000 kilos de Salchichón de Vic. El 75 % se destina al mercado interior.



HUEVOS



El huevo es el cuerpo germinativo producido por las aves en su proceso de reproducción. En la alimentación humana se pueden incluir huevos de muy variadas especies, pero el más consumido es el huevo de gallina. Otros, de consumo menor, son los de codorniz, pava, oca o pata.

El Código Alimentario Español (CAE) clasifica los huevos según su estado de conservación como: huevos frescos (menos de 15 días de su puesta), huevos refrigerados (de 15 a 30 días de su puesta), huevos conservados, huevos defectuosos (con olor y sabor no característicos), y huevos averiados (impropios para el consumo humano).

El huevo es un alimento de elevado valor nutritivo, y con un aporte de energía no muy elevado (84 Kcal/ unidad de tamaño medio). Su proteína es de máxima calidad, por su elevado poder biológico.

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 2023 el 8,2% de la Producción Final Ganadera y el 3,5% de

la Producción Final de la Rama Agraria, porcentajes en ambos casos muy superiores a los del año precedente, según datos del Ministerio de Agricultura.

Asimismo, a efectos de calcular la renta agraria anual, la producción de huevos disminuyó en cantidad un 2%, mientras que los precios subieron un 28,3%. Con estos datos, el valor generado por este sector a efectos de calcular la renta agraria se cifró en 2.278 millones de euros expresados en valores corrientes, un 30,9% más que un año antes.

El censo de gallinas ponedoras en 2023 ascendía a casi 47,7 millones, algo más bajo que un año antes, según datos de la Comisión Europea. Si a esta cifra sumamos las gallinas dedicadas a la producción de huevos para autoconsumo, el censo quedaría en 50,52 millones de cabezas, de acuerdo con las estimaciones publicadas por el Ministerio de Agricultura. Asimismo, si al censo de gallinas se le suman los censos de otras aves dedicadas a la producción de huevos (ocas, pavas y patas), el censo total en 2023 era de 50.535.570 animales.

La comunidad con el mayor censo de gallinas ponedoras es Castilla-La Mancha, con el 24,5% del total. Le siguieron Castilla y León (16,9%), Aragón (15,9%), Comunidad Valenciana (9%) y Cataluña (8%).

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE HUEVOS (Miles de toneladas)			
PRODUCTO	2021	2022	2023
HUEVOS DE GALLINA	870	870	914
OTROS HUEVOS	0,03	0,03	0,03
TOTAL	870,1	870,1	914,1

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE HUEVOS (INCUBAR Y CONSUMO) EN LA UE (Miles de toneladas)			
PAÍS	2021	2022	2023
ALEMANIA	977	985,0	958
AUSTRIA	136,2	147,7	147,7
BÉLGICA/LUXEMBURGO	192,5	185,2	189,3
BULGARIA	94	111,5	112
CHIPRE	11	9,2	9,8
CROACIA	69,8	72,3	72,3
DINAMARCA	99,7	99,6	101
ESLOVAQUIA	71	68	69
ESLOVENIA	35,4	26,2	28,3
ESPAÑA	870	870,0	914
ESTONIA	9,8	9,8	9,8
FINLANDIA	77,7	77,5	76,3
FRANCIA	1.005	958,0	980,6
GRECIA	101	90,0	90
HOLANDA	703	532,0	525,4
HUNGRÍA	140,4	136,6	136,9
IRLANDA	87,7	89,2	86,5
ITALIA	806	790	798
LETONIA	42,2	42	42,2
LITUANIA	51	51	51
MALTA	7,1	7,1	7,1
POLONIA	604	561,8	553,8
PORTUGAL	133	140,6	142,6
REPÚBLICA CHECA	179	168	167
RUMANIA	370	355	365
SUECIA	168	154	154
TOTALES	7.041,7	6.737,0	6.787,9

FUENTE: Comisión Europea

El sector estuvo también ese año en proceso de reconversión hacia sistemas alternativos a las jaulas, en la línea propuesta por la Comisión Europea en su estrategia “ De la Granja a la Mesa”.

PRODUCCIÓN DE HUEVOS

La producción de huevos de gallina (comercialización y autoconsumo) ascendió en 2023 a 1.164 millones de docenas.

Castilla-La Mancha encabezó la producción de huevos, con el 22,9% del total, seguida de Aragón con el 17,4% y de Castilla y León (17%). Otras regiones con gran producción de huevos son la Comunidad Valenciana, Cataluña y Andalucía.

Respecto al comercio, la balanza del sector de los huevos ha tenido desde hace años un saldo positivo, ya que las exportaciones son muy superiores a las importaciones. En 2023, descendieron tanto la compras como las ventas.

Así, según datos del Departamento de Aduanas, las exportaciones totales de huevos con y sin cáscara, descendieron un 10% hasta situarse en 126.528,3 toneladas, mientras que las importaciones de todos estos productos mermaron un 1% con relación al año anterior, al comprarse mercancía por valor de 41.551 toneladas.

De las exportaciones totales, aproximadamente el 81,6% fueron a los países de la Unión Europea, mientras que de las importaciones nacionales, los países de la UE aportaron el 98,7%.

Fuera de la Unión Europea, los países que más huevos compraron a España fueron Reino Unido (que registró un incremento notable en sus compras), Israel, México, Mauritania, Arabia Saudí y Guinea Ecuatorial. En cuanto a los países comunitarios, los que más compraron en volumen fueron Francia, Portugal e Italia.

HUEVOS DE OTRAS PONEDORAS

Aunque en la alimentación humana se utilizan huevos de diferentes especies, los más consumidos son los de gallina y, en mucha menor medida, los de codorniz.

Dentro del sector de los huevos de ave para consumo humano también habría que incluir una pequeñísima producción de huevos de avestruz, así como también las producciones de huevos de pata, pava u oca. En total, se estima que la producción anual de huevos de estas aves asciende a unas 35.000 docenas. En 2023 se produjeron, según los datos del Ministerio de Agricultura, 17.620 docenas de huevos de pata y 16.540 docenas de huevos de oca, entre otras producciones.

Andalucía y Cantabria dominan la producción de huevos de oca, mientras que en huevos de pata destacan Castilla-La Mancha (con mucha diferencia sobre el resto) y Cantabria.

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 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 todos los eslabones de la cadena, desde la producción al consumidor, estén alineados con los objetivos del Modelo Europeo de Producción, 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, supuso en 2023 cerca del 3% de la Producción Final Agraria y el 7,5% de la Producción Final Ganadera. El valor generado por esta producción en 2023 se elevó a 16.113 millones de euros, debido a la subida de los precios medios.

En la UE, la producción de huevos de gallina para consumo humano en 2023 se elevó hasta los 6,78 millones de toneladas, un 1% más que en el año anterior, según los datos de la Comisión Europea.

Por países, los tres que lideran el ranking de producción son Francia (14,4% del total), Alemania (14,1%), España (13,5%) e Italia (11,8%). En estos porcentajes están incluidos tanto los huevos para consumo, como los destinados a incubar, según los datos de la Comisión Europea.

Asimismo, el censo de gallinas ponedoras de la UE rondaba en 2023 los 387,5 millones de aves, 8 millones más que en el año anterior. Francia fue en 2023 el país con mayor censo de gallinas (más de 58,4 millones de animales), seguido de Alemania (58,1 millones), Polonia (50,6 millones) y de España.

Del censo total de la UE, un 39,2% eran gallinas en jaulas, un porcentaje muy inferior al de 2022, pues este tipo de crianza va disminuyendo gradualmente de año en año. El resto de las gallinas (54%) eran gallinas criadas con métodos alternativos y un 6,8% de ese porcentaje eran gallinas ecológicas.

COMERCIO DE HUEVOS EN LA UE

La balanza comercial comunitaria en el sector del huevo tiene saldo positivo porque las exportaciones son mucho mayores que las importaciones. En concreto, las compras comunitarias en 2023 quedaron en 90.000 toneladas (equivalente huevo-cáscara), un 76% más que en el año anterior. Principalmente, las importaciones de huevos de la UE procedieron de Reino Unido y Ucrania.

PRODUCCIÓN DE HUEVOS DE GALLINA PARA CONSUMO EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA

	2021	2022	2023
MUNDO	87.116,8	87.000	87.200
UE	6.462,6	6.737	6.787,9
ESPAÑA	870	870	914

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA

PRODUCCIÓN TOTAL DE HUEVOS POR CCAA (Miles de docenas)

PRODUCTO	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	50.461	44.760	45.595
ARAGÓN	178.544	197.306	202.288
ASTURIAS	2.498	2.907	3.650
BALEARES	6.670	6.575	8.795
C. VALENCIANA	110.815	109.149	108.246
CANARIAS	30.556	31.477	30.806
CANTABRIA	1.777	1.597	2.057
CASTILLA Y LEÓN	190.979	191.932	198.317
CASTILLA-LA MANCHA	268.454	255.684	266.850
CATALUÑA	97.197	102.901	99.406
EXTREMADURA	27.053	27.452	31.036
GALICIA	49.345	53.337,0	51.943
LA RIOJA	3.775	3.670	3.392
MADRID	21.784	21.667	21.635
MURCIA	29.798	29.398	29.635
NAVARRA	29.034	31.418	27.958
PAÍS VASCO	30.092	28.087	32.678
ESPAÑA	1.128.805	1.139.317	1.164.287

FUENTE: MAPA

EVOLUCIÓN DEL PARQUE DE GALLINAS PONEDORAS Y DE LA PUESTA MEDIA POR GALLINA EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

AÑO	HUEVOS PUESTOS AL AÑO		
	NÚMERO DE GALLINAS EN PUESTA (Miles de aves)	(Miles docenas)	(Unidades por gallina)
2.021	47.069	1.128.836	287
2.022	47.317	1.139.317	289
2.023	47.705	1.164.287	292

FUENTE: MAPA

Por su lado, desde la UE se exportaron 315.000 toneladas equivalente huevo-cáscara (sin incluir tampoco huevos para incubar), lo que supuso un descenso del 8% respecto al año precedente, que también registró un descenso de las ventas exteriores. Los principales destinos de las ventas europeas de huevos fueron Reino Unido, Japón y Suiza.

Finalmente, la producción mundial de huevos creció ligeramente en 2023, superando los 87,2 millones de toneladas. El país con mayor producción de huevos fue China, con prácticamente el 50% del total. También destacaron por su producción la Unión Europea en su conjunto y Estados Unidos.

HUEVOS

El sector industrial del huevo mantuvo en 2023 el impulso experimentado un año antes, que se vio acompañado por la buena evolución del consumo en el canal HORECA especialmente.

Los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el INE, indicaron que la producción industrial de huevos (y productos a base de huevo) ascendió en 2023 a 168.560 toneladas, por un valor de 434 millones de euros. En relación con el año anterior, se produjo un aumento en volumen del 13% y del 35% en valor.

Las empresas productoras y comercializadoras de huevos llevan años modernizando y adecuando sus sistemas de producción a las exigencias europeas e impulsando de manera decidida el comercio internacional.

A este respecto, el sector avanzó en la transformación hacia un modelo productivo libre de jaulas con fuertes inversiones de los principales grupos industriales.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La base productiva de la industria del huevo hay 1.650 granjas de producción (datos de 2023), con cerca de 47,7 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.

En 2023 se produjeron en el sector movimientos de concentración de empresas, que llevaron a crear grupos más grandes. De hecho, las tres primeras empresas operadoras de este mercado controlaban cerca del 30% de la producción.

Tanto por su producción de huevos como por su facturación, la primera empresa de este sector es valen-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE HUEVOS	
EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Corp. Alimentaria Guissona, S.A *	2.720
Huevos Guillen, S.L. - Grupo	273
Granja Bailón S.L	160
HEVO Group	155
CAMAR Agroalimentaria, S.L. - Grupo (*)	102
Granja San Miguel, GRUPO.	98
Avícola Llombay, S.A.	73,1
Granja Virgen del Rosario, S.L.	67
GRUPO Rujamar (*)	53
Avícola Velasco, S.L	52

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

ciana y su facturación quedó en 273 millones de euros, muy por encima de la cifra del año anterior. La producción descendió sensiblemente, hasta los 106 millones de docenas.

La segunda empresa en el ranking de las diez primeras tuvo una producción anual de 81 millones de docenas (superior a la del año precedente) y su facturación fue de 160 millones de euros.

Por su lado, el tercer grupo contó con una producción de 76 millones de docenas y la facturación superó ligeramente los 155 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 con-

diciones. 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.

De la producción total de huevos, en torno a un 20% 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.

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 ARRATZUA (HUEVO DE CASERÍO VASCO)



ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La estructura empresarial del sector de los ovoproductos está formada por unas pocas empresas, la mayoría de ellas asociadas a INOVO, que nació en 2004. Actualmente hay seis empresa en INOVO, dedicadas a la producción y comercialización de ovoproductos.

La primera empresa dedicada a los ovoproductos saca al mercado unas 35.000 toneladas anuales, mientras que el segundo y el tercero presentan unas producciones bastante similares, en torno a las 25.000 toneladas.

En los últimos años, el mercado de los ovoproductos está adquiriendo una gran importancia y muchas de las principales firmas están fortaleciendo esa línea de negocio.

COMERCIO EXTERIOR

El sector del huevo y los ovoproductos tiene una clara vocación exportadora, pues en los últimos años han multiplicado sus ventas al exterior. En 2023, el volumen de las exportaciones de huevos y ovoproductos superó las 127.000 toneladas, cifra superior a la del año anterior. Los principales destinos fueron países de la Unión Europea como Francia, Portugal, Italia y Países Bajos, pero también hubo envíos importantes a Reino Unido.

Si bien las exportaciones intracomunitarias son mayoritarias, el comercio exterior español de los produc-



tos 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.

En cuanto a las importaciones, en 2023 ascendieron a 41.551 toneladas de producto y los principales países de origen de estas compras fueron Estados Unidos, Francia y Polonia.

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 2023, los hogares españoles consumieron un total de 6.464,6 millones de unidades de huevos y gastaron 1.304,1 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a unas 138,2 unidades de consumo y 27,9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los huevos de gallina (unas 135 unidades por persona y año), de los que casi 8

unidades fueron huevos ecológicos, mientras que el consumo de huevos de otras aves no llegó a 4 unidades por persona al año. En términos de gasto, los huevos de gallina concentran el 98,6% del gasto, con un total de 27,9 euros por persona, y dentro de ellos los huevos de gallina ecológicos alcanzan 2,2 euros. Por su parte, los huevos de otras aves presentan un pequeño porcentaje del 1,1% y un total de 30 céntimos de euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN HUEVOS DE LOS HOGARES, 2023				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones unidades)	PER CAPITA (Unidades)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL HUEVOS	6.464,6	138,2	1.304,1	27,9
HUEVOS GALLINA	6.318,9	135,1	1.288,8	27,5
HUEVOS GALLINA ECOLÓGICOS	359,8	7,7	104,2	2,2
HUEVOS OTRAS AVES	145,7	3,1	15,2	0,3

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de huevos durante el año 2023 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 entre 35 y 49 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.

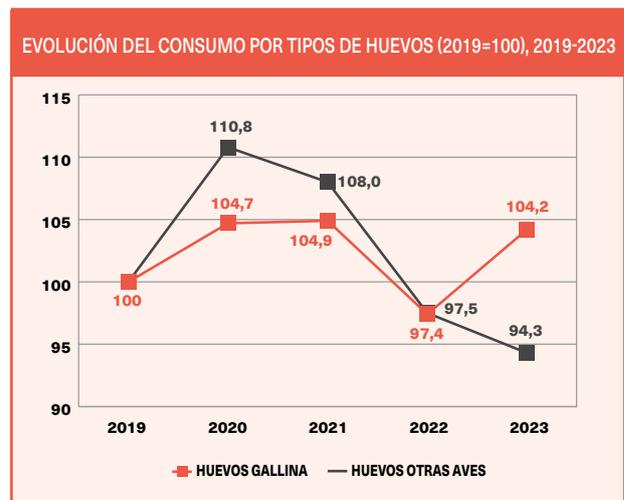
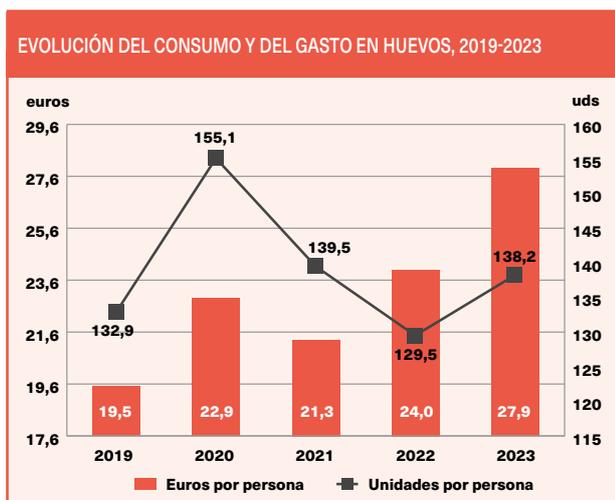
- Los consumidores que residen en núcleos de población entre 2.000 y 10.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de huevos, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos menores de 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas 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, Baleares y Región de Murcia.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

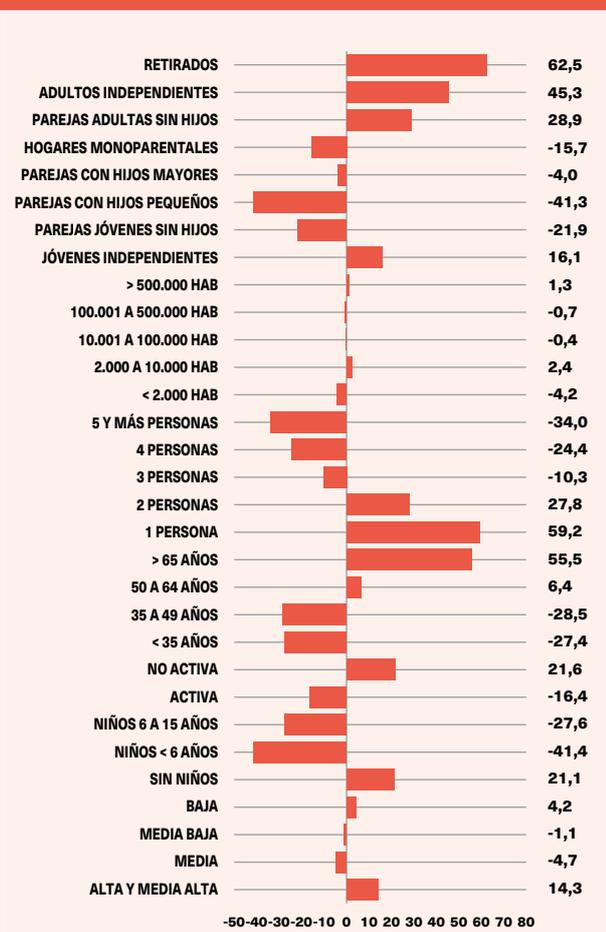
Durante los últimos cinco años, el consumo de huevos se había mantenido bastante estable por persona pero en el año 2020 se produce un incremento motivado por los efectos del COVID-19 (respecto al año anterior, aumentó en 22 unidades) y el gasto también aumentaba (respecto al año anterior, en 3,4 euros por consumidor). En el año 2023 se ha producido un repunte después de años con descensos (aumento de casi 9 unidades por persona con respecto al año 2022). En el periodo 2019-2023, el con-

sumo más elevado se produce en el año 2020 (155,1 unidades) mientras que el gasto más elevado aparece en 2023 con 27,9 euros por consumidor.

En la familia de huevos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido bastante similar en ambos productos aunque se produce una divergencia en el último año (aumento en huevos de gallina y reducción en huevos de otras aves). Respecto a la demanda de 2019, los huevos de otras aves tienen un volumen ligeramente inferior.



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

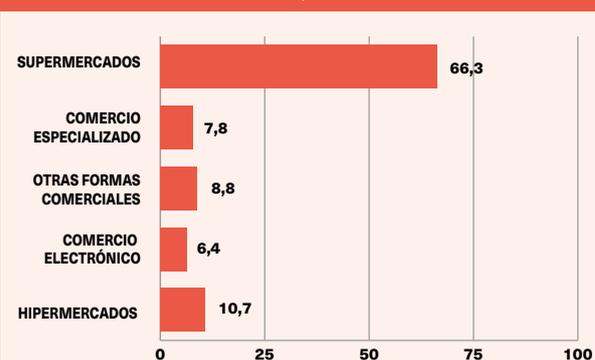


* Media nacional = 138,2 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de huevos a los supermercados (66,3% de cuota de mercado). El establecimiento especializado alcanza en este producto una cuota del 7,8%, el hipermercado representa el 10,7%, y el autoconsumo el 6,4%. Finalmente, las otras formas comerciales concentran un 8,8% de la cuota de venta global. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE HUEVOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA



La producción pesquera y acuícola mundial ascendió en 2023 a 223,2 millones de toneladas, de los que 185,4 millones de toneladas correspondían a animales acuáticos y 37,8 millones, a algas, de acuerdo con las estimaciones de la FAO, el organismo de Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

La pesca de capturas ha dejado de crecer hace ya años y se estima que el 60% de toda la producción pesquera mundial procede ya de la acuicultura.

Igualmente, de la producción total de animales acuáticos, el 89% se destinó al consumo humano, lo que equivale a unos 20,7 kg per cápita. El resto se destinó a usos no alimentarios, principalmente a la producción de harina y aceite de pescado.

Además de la Unión Europea en su conjunto, otros seis países representan la mitad de toda la pesca de capturas a nivel mundial: China, Indonesia, India,

Perú, Rusia y Estados Unidos. China es la principal potencia pesquera, con una producción anual que ronda los 14 millones de toneladas.

Si bien en los últimos años se ha reducido su número, se estima que la flota pesquera mundial está compuesta por unos 4 millones de embarcaciones, de las que cerca de un 67% se encuentran en Asia. La FAO calcula que 61,8 millones de personas trabajaban en el sector de la pesca, sobre todo en actividades en pequeña escala.

Por especies, a nivel mundial la más capturada es la anchoveta (*Engraulis ringens*), seguida del colín de Alaska y del listado (*Katsuwonus pelamis*). En conjunto, los peces de aleta son los más capturados (representan el 85% de la producción total de pesca marina) y entre ellos sobresalen los atunes.

Asimismo, las principales producciones de la acuicultura a nivel mundial son las carpas (herbívora, pla-

teada 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.

COMERCIO EXTERIOR 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.

Más de 230 países y territorios participaron en el comercio internacional de productos de la pesca en el año 2023, según las estimaciones de la FAO. Se exportan anualmente unos 70 millones de toneladas de pescado y productos pesqueros, de los que un 15% corresponden a las ventas exteriores de China.

Otros países que destacan por su exportación son Noruega, Vietnam, Tailandia y Estados Unidos. De hecho, los 10 primeros países exportadores del mundo acaparan una cuota de mercado superior al 53%.

En el lado contrario, los países que más pescados y productos de la pesca importan en el mundo son Estados Unidos (más del 15% del total), Japón y China.

A comienzos de ese año, el valor de los productos del mar comercializados se elevó a 195.000 millones de dólares, según la FAO.

El comercio internacional de productos pesqueros cumple un papel esencial para promover el consumo de pescado y asegurar la seguridad alimentaria mundial.

SECTOR PESQUERO EN LA UE

La Unión Europea es el quinto productor pesquero y acuícola más grande del mundo, con el 3% de toda la producción. Aproximadamente el 78% de esa producción procede de la pesca y el 22% restante de la acuicultura. Si solo se tienen en cuenta las capturas, España representa hasta el 5% del total mundial.

En 2023, la Unión Europea (UE) tenía 70.110 buques de pesca, unos 4.600 menos que un año antes, según datos de la Comisión Europea.

Sólo 22 países cuentan con flota pesquera y es Italia el país que tiene un mayor número de barcos (17,5% del total en 2023). Por detrás de Italia a en cuanto a

número de barcos, se encuentran Grecia (17,2% de la flota) y España (12,2%). La mayor parte de estos barcos son de pequeño tamaño y con una antigüedad media de 34,4 años.

La pesca desempeña un papel crucial para el empleo y la actividad económica en varias regiones de la UE. España representa por sí sola una cuarta parte de los empleos del sector pesquero de la UE. Además de la pesca, también hay muchas personas empleadas en la acuicultura (70.000 en toda la UE) y en la industria transformadora.

La producción pesquera de la UE ronda los 6,2 millones de toneladas, de las que 4,6 millones serían capturas y 1,6 producciones de la acuicultura. España, Dinamarca y Francia son los mayores productores de pesca en volumen de toda la UE.

Sin embargo, si solo se tiene en cuenta el pescado capturado en la mar, los principales países productores son Dinamarca, España, Países Bajos y Francia. Los cuatro juntos aportan el 58% de todas las capturas de la flota pesquera comunitaria.

Si bien es cierto que la flota pesquera la UE opera por todo el mundo, las capturas principales proceden del Atlántico nororiental (casi el 73% del total capturado).

Los peces que más capturan los barcos de la UE son el arenque, el espadín, la bacaladilla y la caballa. Entre los cuatro, aportan casi el 42% de todas las capturas.

COMERCIO EXTERIOR DE PESCADO EN LA UE

La UE es el principal comerciante mundial de productos de la pesca y de la acuicultura en términos de valor. Ecuador, China, Marruecos, Noruega y Reino Unido son los principales proveedores, mientras que sus principales clientes son China, Estados Unidos, Noruega y Suiza.

Con respecto a las importaciones, se compra tanto producto fresco como refrigerado o congelado. Los países que más compran, a pesar de que son también los grandes productores, son: Dinamarca, España, Países Bajos y Suecia. Anualmente la UE importa unos 6,3 millones de toneladas (peces de acuicultura y el resto de capturas) y exporta unos 26 millones de toneladas, por un valor de casi 7.000 millones de euros. Los destinos de estas exportaciones son países como Reino Unido, Noruega, Nigeria, China o Egipto.

El comercio entre los propios países de la UE es muy importante y mueve al año unos 23.300 millones de euros, según datos de la Comisión Europea.

Como ocurre para la ganadería y la agricultura, la pesca cuenta con una Política Pesquera Común (PPC), que se basa en la necesidad de garantizar una explotación ambientalmente sostenible de los recursos biológicos marinos y la viabilidad del sector a largo plazo.

Para alcanzar este objetivo, la Comisión Europea ha aprobado legislación sobre el acceso a las aguas comunitarias, la asignación y el uso de los recursos, los

totales admisibles de capturas y la limitación del esfuerzo pesquero, entre otros temas.

SECTOR PESQUERO EN ESPAÑA

El sector pesquero y la acuicultura generan al año unos ingresos por actividad que rondan los 2.100 millones de euros. Una vez descontados los consumos intermedios y las amortizaciones, y sumadas las subvenciones a los productos y a la producción, se obtiene una renta anual por valor de unos 900 millones de euros (datos publicados por el Ministerio de Agricultura correspondientes a 2022).

La flota pesquera nacional representa el 24,4% de la capacidad total de la flota europea y estaba compuesta en 2023 por 8.549 embarcaciones. La mayor parte de esa flota faenaba en el caladero nacional, principalmente en el Cantábrico-noroeste.

Por artes de pesca, aproximadamente 6.686 buques se dedicaban a la pesca de artes menores, fijas y redes de enmalle; 874 se encuadraban en el arte de arrastre; 536 eran de cerco; 282 de palangre, tanto de superficie como de fondo; 53 atuneros cañeros; 39 de volanta; 21 rasco y 58 de artes fijas.

La región con mayor número de buques registrados es Galicia, seguida muy de lejos por Andalucía.

En el sector pesquero hay empleados unas 52.000 personas, de las cuales 24.000 estarían trabajando en la pesca marítima y el resto en acuicultura e industria de transformación. Precisamente, España es el país europeo que tiene más personas trabajando en el sector transformador de pescado, muy por delante del segundo país que es Polonia.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Según el directorio de empresas del INE, en España había al inicio de 2023 un total de 550 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos. Comparada la cifra con la del año anterior, se observó un descenso de 69 empresas.

Por otro lado, la organización empresarial pesquera de ámbito nacional más importante de toda Europa y una de las más representativas del mundo es la Confederación Española de Pesca (CEPESCA). Al acabar 2023, esta asociación, creada en 2007, estaba formada por 41 asociaciones de armadores de pesca, 800 empresas pesqueras, 851 buques, 10.000 trabajadores (tripulantes). Los barcos de los socios de CE-

COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO FRESCOS EN LA RED DE MERCAS 2023 (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%
Túridos	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%

PESCA tienen un arqueo de 193.850,69 GTs (tonelaje de arqueo) y controlan el 50% de las capturas a nivel nacional.

En ese sentido, la asociación agrupa al 95% de la flota de altura, un porcentaje elevado de la flota de bajura de mediano porte y un 64% del volumen total del tonelaje de arqueo (GT) de la flota española.

Entre los cometidos de CEPESCA están luchar contra la pesca ilegal, mejorar la competitividad de las empresas y defender los intereses económicos y profesionales del sector.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL MAYORISTA

Respecto a la estructura empresarial que forma el eslabón mayorista, ésta se concentra en la Red de Mercas y cuenta con unas 425 empresas especializadas en productos del mar, que en 2023 comercializaron 629.000 toneladas de productos pesqueros, con un valor de 5.600 millones de euros.

Por subgrupos, estas empresas comercializaron 271.926 toneladas de pescado fresco, 66.471 toneladas de marisco fresco (incluye moluscos y cefalópodos) y el resto correspondió a pescados y mariscos congelados, salazones y otros preparados de la pesca.

Estas empresas operan en un marco de competencia, transparencia de mercado, seguridad en las relaciones contractuales y formación de precios, para atender a un amplio colectivo de compañías detallistas en todos los formatos: más de 100.000 comercios especializados en toda España (en más de un 70% agrupados en mercados municipales); las cadenas de supermercados regionales y nacionales (que en mayor o menor medida también se abastecen del colectivo de empresas que operan desde la Red de Mercas) y las empresas de hostelería, restauración y consumo institucional.

La mayoría de las empresas están asociadas en distintas organizaciones y asociaciones, cuyo objetivo es la representación y gestión de diferentes servicios necesarios para su actividad.

COMERCIO EXTERIOR PESQUERO

La balanza comercial del sector de los pescados, moluscos y mariscos es claramente negativa, pues se importa anualmente mucho más de lo que se exporta.

A pesar de ser una potencia pesquera (capturas y acuicultura), España está entre los diez países que más

pescado importa. El consumo doméstico y el turismo hacen que la demanda supere ampliamente a la capacidad productiva del sector, por lo que resulta imprescindible acudir a las importaciones. De hecho, dos de los cinco productos agroalimentarios más importados proceden de la pesca: los moluscos y los crustáceos.

En 2023, las exportaciones de productos del sector pesquero alcanzaron un valor de 3.950,9 millones de euros, cifra inferior a la del año anterior (4.094 millones), según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

De este valor, 2.923 millones de euros fueron por la venta a los países de la UE y el resto, a países terceros.

Durante 2023 España comercializó sus productos de la pesca, la acuicultura y sus transformados en 145 países. Más del 66% del volumen total comercializado fuera de España se destinó a la UE, cuyas compras descendieron ligeramente ese año. En este sentido, las exportaciones a Asia fueron las únicas que crecieron en 2023, según datos de ANFACO-CECOPESCA.

Por países, el principal destino de los productos de la pesca españoles fue Italia, con mucha diferencia respecto al resto. Así, el valor de las ventas a este país superó los 1.224 millones de euros, mientras que las ventas a Portugal, (el segundo destino en importancia), llegaron a 785 millones. Otros países importantes para las exportaciones españolas fueron Francia, Estados Unidos, Alemania, China, Marruecos, Grecia, Japón y Ecuador.

De las exportaciones totales un 22% fue pescado congelado; un 30% moluscos; un 12% crustáceos; un 15% filetes de pescado y un 21% otros productos.

Por su lado, el valor de las importaciones de estos productos en 2023 ascendió a 6.911 millones de euros, una cifra inferior también a la del año precedente. El grueso de las compras (4.750 millones) fueron a los países de la UE, que variaron a la baja.

En sentido contrario, las importaciones desde países terceros se mantuvieron estables en valor durante el año 2023 (2.161 millones de euros).

Los principales orígenes de la importación española de pescado fueron en 2023, Marruecos, Suecia, Argentina y Francia.

El 9% de las importaciones de ese año fueron pescado congelado; el 19% crustáceos; el 30% moluscos; el 15% filetes de pescado y el 26% otros productos. ■

Productos de la pesca y la acuicultura

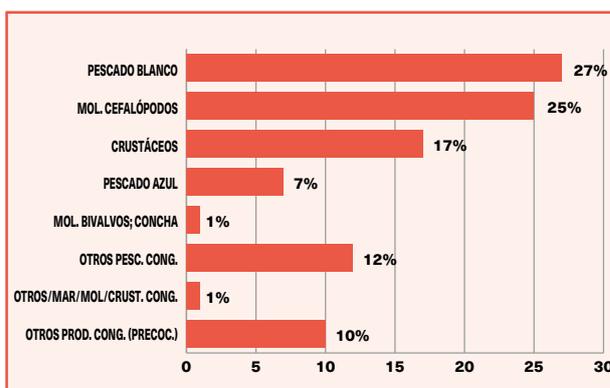
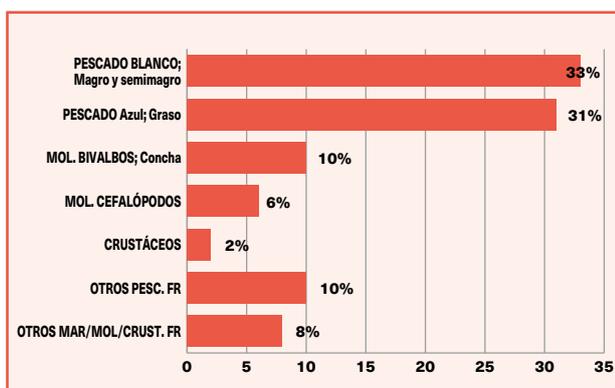
VOLUMEN Y VALOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO FRESCOS EN LA RED DE MERCAS 2023

MERCAS	TONELADAS	%
MERCALGECIRAS	1.447	0,2
MERCALICANTE	2.932	0,5
MERCASTURIAS	1.838	0,3
MERCABADAJEZ	236	0,0
MERCABARNA	185.252	29,8
MERCABILBAO	21.297	3,4
MERCACORDOBA	5.654	0,9
MERCAGRANADA	14.672	2,4
MERCAIRUÑA	2.398	0,4
MERCAJEREZ	16	-
MERCALASPALMAS	1.986	0,3
MERCALEON	715	0,1
MERCAMADRID	169.445	27,3
MERCAMALAGA	35.069	5,6
MERCAMURCIA	20.228	3,3
MERCAOLID	16.496	2,7
MERCAPALMA	6.445	1,0
MERCASALAMANCA	28	0,0
MERCASEVILLA	39.742	6,4
MERCAVALENCIA	67.265	10,8
MERCAZARAGOZA	28.539	4,6
TOTAL RED	621.699	100,0

Fuente: Mercasa

COMERCIALIZACIÓN DE PESCADO Y MARISCO CONGELADOS EN LA RED DE MERCAS 2023 (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 2023, los hogares españoles consumieron 868,3 millones de kilos de productos de la pesca y gastaron 9.287,5 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 18,6 kilos de consumo y 198,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al pescado fresco (7,9 kilos por persona y año), lo que representa un 42,5% del consumo total de productos de la pesca, seguido de las conservas de pescado y molusco (4,0 kilos per cápita y 21,5% de consumo) y de marisco y molusco fresco (2,5 kilos per cápita y 13,4% del consumo total). Por su parte, los mariscos, moluscos y crustáceos congelados y cocidos representan consumos menores, alcanzando

los 2,3 kilos por persona al año (12,3% del consumo total de productos de la pesca), al igual que los pescados congelados, que suponen 1,9 kilos per cápita y el 10,2% del consumo total.

En términos de gasto, el pescado fresco concentra el 39,4%, con un total de 78,3 euros por persona, seguido de las conservas de pescado y molusco, con el 25,6% y un total de 50,9 euros por persona. A continuación, el marisco y molusco fresco, que alcanza el 12,3% del gasto total en productos de la pesca (24,5 euros por persona). Finalmente, los pescados congelados concentran el menor porcentaje de gasto y suponen el 9,2% y 18,3 euros por persona y año.



CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PESCA	868,3	18,6	9.287,5	198,5
PESCADOS	456,5	9,8	4.519,7	96,6
PESCADOS FRESCOS	368,7	7,9	3.664,6	78,3
PESCADOS CONGELADOS	87,8	1,9	855,2	18,3
MERLUZA Y PESCADILLA	86,9	1,9	835,6	17,9
MERLUZA Y PESCADILLA FRESCA	50,1	1,1	522,0	11,2
MERLUZA Y PESCADILLA CONGELADA	36,8	0,8	313,5	6,7
SARDINA Y BOQUERON	45,5	1,0	285,4	6,1

Productos de la pesca y la acuicultura

CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
BOQUERONES FRESCOS	26,6	0,6	180,1	3,8
SARDINAS FRESCAS	17,3	0,4	96,0	2,1
ATÚN Y BONITO	19,7	0,4	233,3	5,0
TRUCHA FRESCA	7,9	0,2	72,7	1,6
LENGUADO	6,5	0,1	91,3	2,0
LENGUADO FRESCO	5,6	0,1	78,6	1,7
LENGUADO CONGELADO	0,9	0,0	12,7	0,3
BACALAO	51,5	1,1	482,0	10,3
BACALAO FRESCO	37,9	0,8	311,0	6,6
BACALAO CONGELADO	13,6	0,3	171,0	3,7
CABALLA FRESCA	11,4	0,2	65,4	1,4
SALMÓN	55,4	1,2	795,0	17,0
SALMÓN FRESCO	49,8	1,1	677,4	14,5
SALMÓN CONGELADO	5,5	0,1	117,6	2,5
LUBINA	23,2	0,5	247,4	5,3
DORADA	32,5	0,7	292,7	6,3
RODABALLO	3,8	0,1	50,9	1,1
RAPE	12,5	0,3	160,7	3,4
OTROS PESCADOS	99,6	2,1	907,5	19,4
OTROS PESCADOS FRESCOS	68,6	1,5	667,1	14,3
OTROS PESCADOS CONGELADOS	31,0	0,7	240,4	5,1
MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS	225,3	4,8	2.386,1	51,0
MARISCO, MOLUSCOS Y CRUSTACEOS CONGELADOS	77,8	1,7	903,4	19,3
MARISCOS Y MOLUSCOS FRESCOS	117,8	2,5	1.146,8	24,5
MARISCOS Y MOLUSCOS COCIDOS	29,7	0,6	335,9	7,2
ALMEJAS Y BERBERECHO	16,6	0,4	170,4	3,6
ALMEJAS CONGELADO	4,4	0,1	28,3	0,6
BERBERECHOS CONGELADOS	0,1	0,0	2,0	0,0
ALMEJAS Y BERBERECHOS FRESCOS	12,1	0,3	140,1	3,0
MEJILLON	33,2	0,7	133,3	2,8



CONSUMO Y GASTO EN PESCA DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
MEJILLON CONGELADO	1,4	0,0	12,1	0,3
MEJILLON FRESCO	31,8	0,7	121,2	2,6
CALAMARES Y PULPO	41,1	0,9	466,7	10,0
CALAMARES CONGELADOS	13,5	0,3	146,2	3,1
PULPO CONGELADO	2,3	0,0	33,8	0,7
CALAMAR Y PULPO FRESCO	25,3	0,5	286,7	6,1
GAMBAS Y LANGOSTINOS	77,5	1,7	944,2	20,2
GAMBAS Y LANGOSTINO CONGELADO	44,7	1,0	531,9	11,4
GAMBAS Y LANGOSTINO COCIDO	18,9	0,4	216,6	4,6
GAMBAS Y LANGOSTINO FRESCO	13,9	0,3	195,6	4,2
OTROS MARISCOS Y MOLUSCOS	56,9	1,2	671,5	14,4
OTROS MARISCOS CONGELADOS	11,5	0,2	149,2	3,2
OTROS MARISCOS COCIDOS	10,7	0,2	119,3	2,5
OTROS MARISCOS FRESCOS	34,7	0,7	403,1	8,6
CONSERVAS PESCADO Y MOLUSCOS	186,5	4,0	2.381,7	50,9
SARDINAS	9,5	0,2	97,9	2,1
ATÚN	93,2	2,0	962,9	20,6
CHICHARRO Y CABALLA	5,6	0,1	60,1	1,3
MEJILLONES	11,7	0,3	131,2	2,8
BERBERECHOS	2,6	0,1	64,1	1,4
ALMEJAS	1,3	0,0	16,2	0,3
CALAMARES	4,0	0,1	37,3	0,8
PULPO	0,4	0,0	4,1	0,1
ANCHOAS	3,3	0,1	87,5	1,9
SALMÓN AHUMADO	6,7	0,1	237,1	5,1
TRUCHA AHUMADA	0,1	0,0	3,9	0,1
OTROS AHUMADOS	1,5	0,0	32,3	0,7
OTRAS CONSERVAS DE PESCADO	46,5	1,0	647,2	13,8
PESCADO SALADO	10,6	0,2	164,1	3,5
SUSHI	1,1	0,0	27,4	0,6



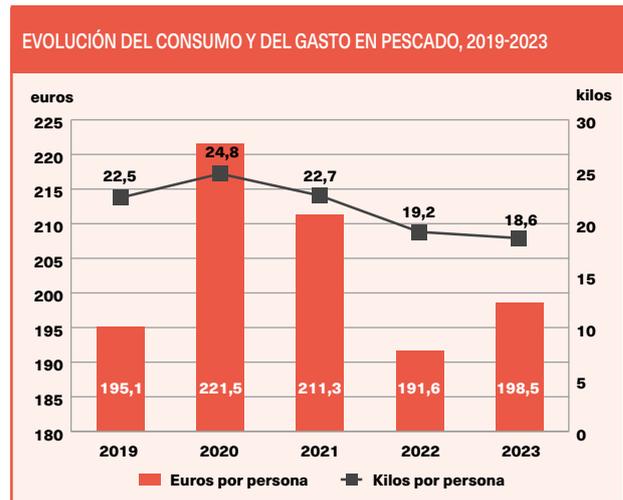
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de productos de la pesca durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

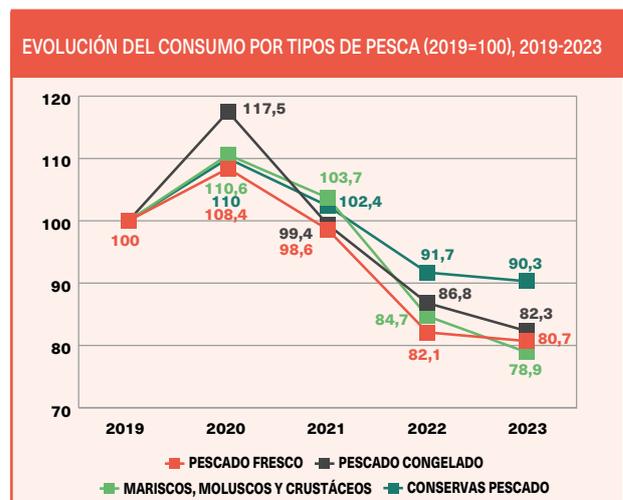
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de productos de la pesca, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos de la pesca es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos de la pesca es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de productos de la pesca, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en municipios con censos por encima de 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de productos de la pesca, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de menos de 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad, los jóvenes independientes, los hogares monoparentales y las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Asturias y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Comunidad Valenciana, Extremadura y Canarias.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

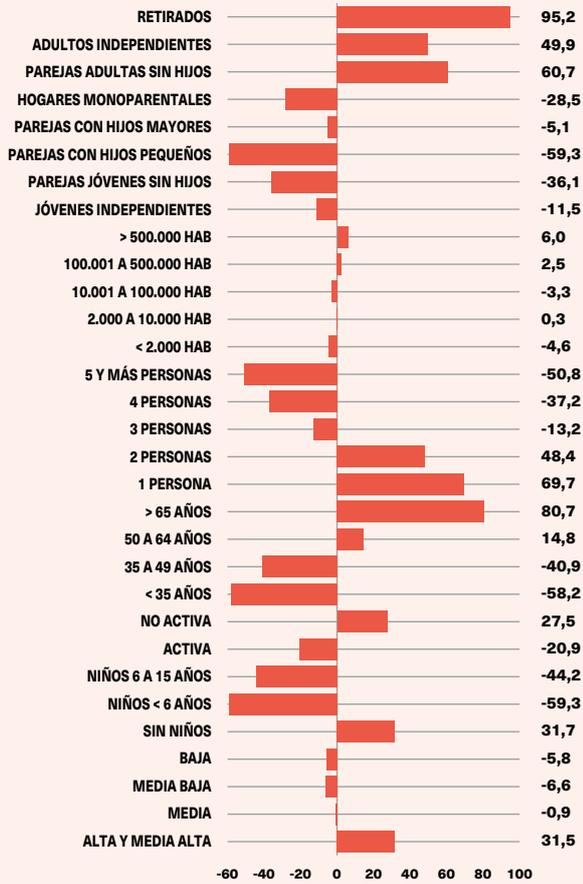
Durante los últimos años, el consumo de productos de la pesca venía descendiendo pero se produce un repunte en el ejercicio 2020 motivado por los efectos de la COVID-19. Sin embargo, en los años 2021, 2022 y 2023 se ha producido un ajuste a la baja que supone contar con niveles inferiores al periodo anterior a la pandemia. En el periodo 2019-2023, 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 2019-2023 ha sido bastante similar para los distintos tipos de producto. Respecto a la demanda de 2019, el consumo de todos los productos que han sido analizados registran volúmenes inferiores.



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

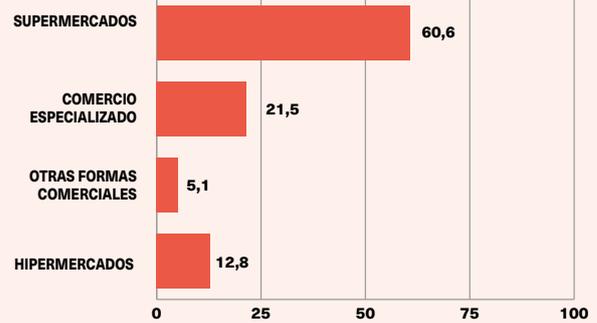


* Media nacional = 18,6 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos de la pesca a los supermercados (60,6% de cuota de mercado). Los establecimientos especializados alcanzan en este producto una cuota del 21,5%, mientras que el hipermercado concentra el 12,8%. Las otras formas comerciales acaparan el 5,1% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PESCA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



PESCADO Y MARISCO FRESCO



De acuerdo con los datos de la Encuesta de Productos que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción de pescado fresco o refrigerado en 2023 se elevó a 69.444 toneladas, por un valor de 570,2 millones de euros.

Los buques pesqueros españoles capturaron durante el último año computado un total de 324.622 toneladas de peso vivo, destinadas al consumo humano, según datos del Ministerio de Agricultura relativos a 2022. El valor estimado de todas estas capturas se acercó a los 1.045 millones de euros. Estas cifras suponen un incremento interanual en volumen del 1% y en valor del 12%.

Por partidas, destaca la constituida por los peces, ya que superaron las 284.176 toneladas y los 755 millones de euros. A continuación se situaron los moluscos, con 9.720 toneladas y 129 millones de euros (17 millones por encima de un año antes) y los crustáceos, con unas capturas de 9.720 toneladas, por un valor de casi 129 millones de euros (8 millones más que un año antes).

Otras capturas de la flota pesquera fueron erizos de mar y otros equinodermos, que alcanzaron en 2022 las 691 toneladas y los 7,7 millones de euros de valor.

El pescado destinado a su consumo en fresco representó el 35% de todas las capturas de la flota pesquera, un porcentaje inferior al del año anterior.

Dentro de las partidas de pescado vivo destinadas al consumo en fresco, la más importante en volumen es la formada por los arenques, sardinas y anchoas

PRINCIPALES EMPRESAS DE PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nueva Pescanova	715
Profand, GRUPO (*)	589
Grupo Ibérica de Congelados, S.A (Iberconsa) *	455,5
WOFCO (Worldwide Fishing Company)	412,4
Pescapuerta Grupo *	305
Mascato	227,9
Confremar (Cong.Y Frescos del Mar)	212,5
Grupo Pereira	171,9
Interatlantic Fish Grupo	137
Marfrío	119,4

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones.

TINTORERA • MARRAJO • PEZ ESPADA

NUESTROS PESCADOS PROTECTORES



Al ser pescados azules y tener omega-3, protegen tu corazón. Al venir en rodajas limpias, sin espinas y sin desperdicios, protegen tu bolsillo. Y al ser tan versátiles y fáciles de cocinar, protegen tu tiempo libre. **Tintorera, marrajo y pez espada.** Nuestros pescados protectores. Disfrútalos al menos una vez a la semana.

INTERFISH
INTERPROFESIONAL PESQUERA



opromar
OPROMAR



Campaña
cofinanciada por:



XUNTA
DE GALICIA



Cofinanciado por
la Unión Europea

(76.589 toneladas y un valor de 121,8 millones de euros en 2022). Después de este grupo se situaron los peces pelágicos diversos y el grupo de bacalao y merluza.

Por su lado, entre los moluscos, el principal grupo es el de los calamares, jibias y pulpos, (con 23.657 toneladas y cerca de 109 millones de euros), seguido por almejas, berberechos y arcas (5.503 toneladas y 39,5 millones de euros).

Finalmente, en el grupo de los crustáceos, la partida más importante es la de gambas y camarones (con 6.313 toneladas y 91,8 millones de euros), seguida por el grupo de cangrejos y centollas (1.726 toneladas y 9,9 millones de euros).

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.

Con relación al comercio, las exportaciones españolas totales de pescados frescos durante 2023 aumentaron un 0,18% en volumen y un 5,84% en valor con respecto a 2022. Concretamente, se alcanzó un volumen total de 104.272 toneladas, valoradas en 669,73 millones de euros.

Los principales productos exportados ese año fueron los róbalo o lubinas; las sardinas y los pargos dorados, según datos de ANFACO-CECOPECA.

PRODUCTOS DEL MAR CONGELADOS

Los datos publicados en la Encuesta de Productos que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE) para el año 2023 indican que la producción nacional de pescado congelado y otros productos derivados superó las 156.000 toneladas, de las que 13.024 correspondieron a la merluza o pescadilla; 5.103 a la sardina; 363 al bonito y 12.273 al atún. También hubo producción de pescado de agua dulce congelado (45.626 toneladas) y de productos como el surimi (10.106 toneladas en 2023), entre otras producciones.

La flota pesquera española capturó durante el último ejercicio computado (2022) un total de 479.237 toneladas de pescados, crustáceos y moluscos destinados a ser comercializados como congelados, cuyo valor se acercó a los 1.019 millones de euros, según datos del Ministerio de Agricultura. Comparado con el año anterior, se produjo un aumento del 1,2% en el volumen y del 22% en el valor.

La partida más importante de las capturas destinadas a ser congeladas fue la de los peces, con 441.941 toneladas y 723 millones de euros, seguida por la de los moluscos (31.016 t. y 71 millones de euros) y la de los crustáceos (6.281 toneladas y 65,6 millones de euros).

En el grupo de los peces congelados destacaron los atunes, bonitos y agujas, (con 249.267 toneladas y 615,7 millones de euros), seguidos por bacalao, merluzas y eglefinos (con 125.558 toneladas y 147 millones de euros), tiburones, rayas y quimeras (51.266 toneladas y 74 millones de euros).

Entre los moluscos los primeros son los calamares, jibias y pulpos (31.015 toneladas y 71 millones de euros).

Finalmente, en el grupo de los crustáceos destacaron las gambas y camarones (5.477 toneladas y 59,7 millones de euros), seguidos por cangrejos y centollos.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial se encuentra dominado por los principales grupos pesqueros españoles, quienes también incursionan en otros sectores dentro de los productos congelados. En 2023 el sector se estabilizó después de unos años de ciclo expansivo en el que las empresas se lanzaron a hacer inversiones y nuevos proyectos.

La Asociación Española de Mayoristas, Importadores, Transformadores y Exportadores de Productos de la Pesca y Acuicultura (CONXEMAR) representa los intereses de una parte de las empresas del sector del pescado congelado en España. En CONXEMAR estaban asociadas al finalizar el año 2023 un total 260 empresas (30 más que un año antes) con una facturación anual de 11.900 millones de euros y cerca de 201.000 empleos directos, según datos de la propia asociación.

Por su parte, en la asociación ANFACO-CECOPECA había también en 2023 92 empresas dedicadas al pescado congelado (tres más que un año antes).

En 2023, el grupo líder de este sector registró una facturación de 715 millones de euros, mientras que el segundo se quedó en 589 millones de euros, el tercero rondó los 465 millones de euros y el cuarto se situó en 412 millones de euros.

La merluza congelada fue con diferencia el pescado congelado más demandado en libre servicio durante el

año 2023, pero también fueron importantes las ventas de calamares congelados, entre otros productos.

Las marcas de distribuidor (MDD) son muy importantes en este mercado. En el año 2023 representaban el 71% de las ventas en volumen y el 70% en valor, según datos de la consultora Circana.

COMERCIO EXTERIOR DE PESCADO CONGELADO

Según los datos de Aduanas, las exportaciones de pescado congelado en 2023 ascendieron a 378.122 toneladas, por un valor de 868,5 millones de euros. Comparando estas cifras con las del año 2022 se observó un aumento del 0,87% en volumen y del 2,8% en valor.

Los principales productos exportados fueron los listados o bonitos de vientre rayado; la merluza argentina, los atunes de aleta amarilla y las caballas.

A pesar del aumento general de las exportaciones tanto en valor como en volumen, en el grupo de filetes y demás carnes de pescado se produjo una disminución del 5,5% en volumen y del 13,7% en valor.

Por su parte, la partida de crustáceos congelados se incrementó en volumen, pero no en valor. En 2023 se exportaron 56.882 toneladas, por un valor de 493.111 millones de euros. Los productos más vendidos fueron los langostinos y los camarones.

Finalmente, en el sector de los moluscos se exportaron 230.916 toneladas (5,2% menos), por un valor de 1.180 millones de euros. Dentro de este grupo destacaron las ventas de calamares y mejillones.

CONSERVAS DE PESCADO

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 comunidades, 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 la Encuesta de Productos que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción de conservas de pescado superó los 406.000 toneladas, de las que 302.007 toneladas fueron conservas de atún, bonito o similares.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONGELADOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nueva Pescanova S.L.*	965
Grupo Profand, S.L.	930
Grupo Virto, S.A.	474,5
Grupo Ibérica de Congelados, S.A. *	455,5
Congelados de Navarra, S.A.	307,9
Pescapuerta, S.A. - Grupo (*)	305
Ricardo Fuentes e Hijos, S.A. - Grupo *	261,8
Mascato, S.A.	227,9
Distribuidora Mariscos Rodríguez, S.A. (Dimarosa)	216
Congelados y frescos del mar, S.A. - Grupo	212,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

España exportó tanto a países terceros como Marruecos, Ecuador o Ucrania, como a los de la UE, con Portugal, e Italia a la cabeza.

Por su parte, las importaciones de pescado congelado totalizaron un monto de 258.118 toneladas, un 14% menos que en el año anterior. El valor de estas compras se acercó a los 640 millones de euros, un 20% menos, según datos del Ministerio de Agricultura. En 2023 también se importaron 392.902 toneladas de moluscos (un 6% menos que un año antes), por un valor se 2.099 millones de euros, al tiempo que se compraron 194.007 toneladas de crustáceos, un 2,7% menos que un año antes.

Las importaciones tuvieron un origen predominantemente extracomunitario. Los principales proveedores fueron China, Argentina, Marruecos, Ecuador, Vietnam y Chile.

Por su lado, la asociación ANFACO-CECOPESCA estimó que la producción española de conservas de pescado y marisco y semiconservas de anchoa llegó en 2023 hasta 306.352 toneladas, un volumen similar al del año anterior. Igualmente, mientras que el valor de estas producciones aumentó un 7,8% hasta alcanzar los 1.880 millones de euros. El 85% de esa producción salió de Galicia.

Con mucha diferencia, la conserva de atún es la que más se produce (207.843 toneladas en 2023). Además, es también la principal conserva exportada por la industria transformadora española y supone alrededor del 65% de la producción de esta conserva en la Unión Europea.

Por detrás del atún, pero a muy larga distancia, se sitúa la conserva de sardina (17.216 toneladas en 2023), según estimaciones ANFACO-CECOPESCA. En 2023 se produjeron descensos en todas las producciones de conserva, excepto en las de atún claro y pulpo.

La producción de semiconserva de anchoa también descendió en volumen (12.008 toneladas, un 2% menos que un año antes), pero no en valor (109,1 millones de euros, un 0,3% más).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el sector empresarial de conservas de pescado conviven dos realidades bastante diferentes. Por una parte, existe una base formada por un número notable de pequeñas y medianas empresas, con cifras de producción bastante reducidas y por otra, hay pocos grandes grupos que acaparan el grueso de las ventas. Las grandes empresas son el 19% del total, pero concentran el 75% de la cifra de negocios y el 70% del empleo.

Del número total de empresas asociadas a ANFACO-CECOPESCA, 65 se dedican a las conservas de pescado y mariscos. Estas empresas facturaron más de 3.000 millones de euros en 2023. ANFACO-CECOPESCA representa más del 90% de la producción de conservas de pescados y mariscos.

La conserva de atún es el principal producto producido y exportado por la industria conservera española y representa al 65% de toda la producción de la Unión Europea.

La mayoría de estos grandes grupos siguen siendo españoles, aunque ya empiezan a entrar en el sector grupos internacionales.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONSERVAS DE PESCADO Y MARISCO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Jealsa Industria Alimentaria, S.L	775
Calvo Conservas, S.L	713
Grupo Frinsa del Noroeste, S.A. Grupo	712,8
Grupo Conservas Garavilla, S.L. - Grupo *	350
Grupo Conservas Dani S.A (*)	180
Ignacio González Montes, S.A.	152,5
Francisco Gil Comes S.L.U Grupo*	91,2
Salica, Industria Alimentaria, S.A.	85
Connorsa	83,2
Hijos de Carlos Albo, S.L.U. *	81,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

En 2023, el grupo líder registró una facturación de 775 millones de euros, mientras que el segundo se quedó en 713 millones de euros, el tercero rondó los 712 millones de euros y el cuarto se situó en 350 millones de euros.

La innovación y la modernización de los procesos productivos son las dos estrategias clave para arañar cuotas de ventas en el poco dinámico mercado interno. Durante los últimos años se han registrado en el sector inversiones importantes.

Las marcas de distribuidor (MDD) son muy importantes en este mercado y en 2023 volvieron a ganar cuota debido a que los precios subieron de forma generalizada.

En los últimos años, el mercado interior ha mostrado muy poco dinamismo, lo que ha reforzado todavía más la internacionalización de las principales empresas del sector. En este sentido, más del 60% de la producción de conservas de pescado y marisco de las empresas españolas se destina a la exportación

COMERCIO EXTERIOR DE CONSERVAS DE PESCADO

En el año 2023, las exportaciones de preparados y conservas de pescado y marisco aumentaron un 1,39% en volumen y un 10,78% en valor con respecto al año anterior, según los datos de ANFACO-CECOPESCA. Se vendieron fuera 225.718 toneladas, por un valor de 1.393,3 millones de euros.

Las conservas de pescado llegaron a 132 países. Dentro de la UE (que recibe el 90% de las ventas) destacaron como países de destino Italia, Francia, Portugal y Países Bajos, mientras que entre los países terceros que más conservas de pescado compraron están Marruecos, China, Estados Unidos, Corea del Sur y Reino Unido.

Las exportaciones constituyen una estrategia fundamental para la supervivencia del sector de conservas de pescado españolas, ya que las demandas del mercado nacional son insuficientes para absorber los volúmenes de producción alcanzados.

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.

En 2023 las importaciones de preparados y conservas de pescado ascendieron a 196.206 toneladas, por un

valor de 1.070 millones de euros. Comparando estas cifras con las del año anterior, se observó un descenso del 12% en volumen y del 5,1% en valor.

Como ocurre con las exportaciones, la principal partida de las importaciones de conservas es la de los tñidos, con el 25% del total. Les siguieron las conservas de almejas, berberechos, surimi, anchoas, caballa y sardina.

ACUICULTURA

Desde hace décadas, la producci3n del sector de la acuicultura ha experimentado un notable crecimiento. Sin embargo, en los últimos años se ha producido una caída del consumo de pescado y otros productos del mar que ha frenado en parte la expansi3n del sector.

Según los datos de APROMAR (Asociaci3n Empresarial de Acuicultura de España), la cosecha de acuicultura ascendi3 a un total de 326.520 toneladas, por un valor de 760,7 millones de euros (los datos son de 2022). Comparados con el año precedente, se produjo un aumento significativo en valor y un ligero reajuste en volumen.

De la producci3n total, 255.218 toneladas eran mejillones (casi la misma cantidad que un año antes), que alcanzaron un calor de 159,3 millones de euros (M ). La segunda producci3n en importancia fue la de lubina (23.622 toneladas y un valor de 181,6 M ) y la tercera, la trucha arcoíris (16.328 t. por un valor de 43,6 M ).

Otras producciones acuícolas marinas de España son la dorada, el atún rojo, el Rodaballo, la corvina, el lenguado, la anguila o el langostino. Asimismo, hay producci3n en acuicultura de almeja japonesa y berberechos.

Dentro del sector, también hay producci3n ecol3gica. Anualmente se producen cerca 7.500 toneladas entre peces, moluscos y plantas acuáticas. Casi la mitad de esta producci3n correspondi3 a los mejillones.

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);

Los principales proveedores de conservas de pescados, crustáceos y moluscos son países terceros, entre los que destacan (por el volumen importado), Ecuador, Vietnam, Marruecos y Perú. No obstante, dentro de la UE destacaron las compras Países Bajos y Portugal.

bateas en el mar (plataformas de las que penden las cuerdas de cultivo, que se usan para el mejill3n); establecimiento en zona de playa (el cultivo se realiza con una mínima intervenci3n física sobre el medio y se usan para almejas y ostras principalmente); en tierra firme en la costa, con agua salada (usados para la cría de lenguado o rodaballo) y finalmente, en tierra firme con agua dulce (truchas o esturiones).

Los últimos datos disponibles cifran en 5.182 los establecimientos de acuicultura y de esta cifra, 4.928 lo eran de moluscos y 254 de peces (143 en aguas continentales; 73 en tierra y 38 viveros).

El sector acuícola está controlado por grandes grupos pesqueros, ya que se trata de una producci3n que precisa fuertes inversiones para alcanzar su rentabilidad. Una excepci3n notable la constituye la producci3n de mejill3n, concentrada de forma muy significativa en Galicia.

Además, el sector de la acuicultura también está representado en la producci3n ecol3gica con varias empresas registradas.

ACUICULTURA EN LA UE

En la UE, la acuicultura es una actividad importante muchos países, aunque por volumen destacan España, Francia, Italia y Grecia. La producci3n total anual ronda los 1,5 millones de toneladas y su valor supera los 5.000 millones de euros.

Dentro de la producci3n acuícola mundial, la UE representa el 1,2% en términos de volumen y el 2,4% en términos de valor, aproximadamente.

Las principales producciones acuícolas de la UE son los mejillones, el salm3n atlántico y la trucha arco iris.

AHUMADOS

Como en el año anterior, en 2023 se produjo una caída de la producción de pescados ahumados, en consonancia con un menor consumo. Según la Encuesta de Productos que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción de ahumados de pescado superó las 13.427 toneladas (un 9% menos que un año antes), por un valor de 352,8 millones de euros, un 7% menos que un año antes.

El grueso de esta producción fueron los ahumados de salmón, que alcanzaron un volumen cercano a 12.353 toneladas (por debajo de los niveles del año precedente), por un valor de más de 326 millones de euros, 25 más que un año antes. Además del salmón ahumado, la industria produjo 33 toneladas de ahumados de arenques (volumen similar al de un año antes), por un valor de 430.000 euros, así como también 71 toneladas de ahumados de trucha (mucho menos que un año antes), por un valor de 2 millones de euros.

El resto de la producción (970 toneladas) fueron otros ahumados, cuyo valor descendió hasta los 23 millones de euros, según datos del INE. 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 CECO-PESCA había en 2023 un total de 12 empresas dedicadas al pescado ahumado, una más que un año antes.

El grupo líder del sector registró en 2023 unas ventas de casi 255 millones de euros en conjunto, pues además de ahumados también tiene otras producciones. Lo mismo ocurre con la segunda empresa

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DEL PESCADO AHUMADO

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Grupo Angulas Aguinaga (*)	255
UBAGO Group Mare S.L *	221
Ahumados Canarios, S.A (*)	40,7
Vensy España, S.A	37,9
La Balinesa, S.L	36,8
Ahumados Domínguez, S.A (*)	25
Xantelmar, S,L (*)	23,5
Ahumados Gimar, S.L	23
Ahumados Mediterráneos, S.L	14,9
Ahumados El Duende, S.L	10

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones

del ranking, que facturó unos 221 millones de euros, mientras que la tercera operadora sí centra su actividad totalmente en este sector y facturó ese año 40 millones de euros.

Otros siete operadores de este mercado registran cifras de ventas entre los 38 y los 10 millones de euros anuales.

Se estima que la empresa líder del sector, con sus propias referencias o con las marcas de distribuidor (MDD), controla más del 50% de todas las ventas del mercado de pescados ahumados.

El grueso de las ventas de ahumados en España se realizaron en libre servicio y del total vendido, casi el 90% fue salmón ahumado. El otro 10% de la cuota fue para el bacalao ahumado, la trucha, la palometa y los surtidos de ahumados.

COMERCIO EXTERIOR DE AHUMADOS

El comercio exterior de pescados ahumados arroja un saldo muy desfavorable para España, a pesar de que en los últimos años se han aumentado las ventas al exterior.

El salmón es uno de los productos que más se comercializa ahumado. Toda la materia prima que se necesita para elaborar los ahumados de salmón se importa y el principal proveedor de este salmón es Suecia, con una cuota que supera el 50% del total. A continuación se sitúan Noruega (21%) y Dinamarca (13%).

En cuanto al destino de las exportaciones de ahumados, en 2023 destacó dentro de la UE, Francia, Italia, Portugal, Alemania, Croacia y Países Bajos.

Asimismo, también se enviaron ahumados a Marruecos, Albania, Túnez, Senegal y Estados Unidos, entre otros países.

PESCADOS EN SALAZÓN

Tradicionalmente, 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 2023 la producción de pescado en salazón y desecado ascendió a 12.130 toneladas, un 15% menos que en el año anterior.

La mayor partida de estos pescados fue la de bacalao (6.921 toneladas), seguido de anchoas (1.556 toneladas), el bonito y el atún (1.640 toneladas) y sardinas (1.135 toneladas). También hubo una producción de otros salazones, que sumaron 878 toneladas.

El valor alcanzado por todas estas producciones en salazón, según el INE, se elevó a 136,2 millones de euros, unos 2 millones más que en 2022.

En cuanto al comercio exterior, el sector tiene un saldo positivo pues las exportaciones en volumen son mayores que las importaciones. De media, se importan unas 13.000 toneladas, principalmente bacalao y salmón, y se exportan unas 4.000 toneladas.

Además de bacalao, también se comercializan (importan y exportan) partidas de anchoas, tilapias y arenques en sal o salazón.

En la agrupación ANFACO-CECOPESCA había al comenzar el año 2023 un total de 24 empresas dedicadas al sector del bacalao y salazones, una menos que en 2023.

CAVIAR Y SUCEDÁNEOS

Según los datos de la Encuesta de Productos que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), en España se produjeron durante el año 2023 un total de 20,4 toneladas de caviar, por un valor de 1,5 millones de euros.

Igualmente, ese año se produjeron también 305,4 toneladas de sucedáneos del caviar, cuyo valor alcanzó los 8,7 millones de euros.

La producción de caviar en España se concentra en dos provincias: Lleida y Granada. En la primera existe

una piscifactoría dedicada a la cría de esturión siberiano (que es la subespecie que más se adapta al clima de la zona), en pleno Valle de Arán.

Por su parte, en Granada la piscifactoría está ubicada en la Sierra de Loja, en la localidad de Riofrío que tiene unas condiciones naturales que han permitido que la producción sea la primera con certificado ecológico del mundo. ■

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



A pesar de que en las últimas campañas se ha producido una caída importante de la producción de aceite de oliva, España sigue siendo uno de los primeros países productores del mundo y también el que cuenta con una mayor superficie de olivar.

En 2023, la superficie de olivar censado por el Ministerio de Agricultura se elevó a 2.788.084 hectáreas, un 0,72% más que un año antes. De esa superficie productiva, 1,91 millones de hectáreas eran tierras de secano y el resto de regadío. Asimismo, de la superficie total (en producción o no), el grueso (2,46 millones de hectáreas) eran olivares destinados a la producción de aceite; 85.954 hectáreas a la producción de aceituna de mesa y 236.274 hectáreas eran de doble aptitud (mesa o producción de aceite).

En España hay registradas 260 variedades de aceituna, de las cuales solamente la gordal no se considera apta para el aderezo porque su elevado con-

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITE DE OLIVA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2020/2021	2021/2022	2022/2023
ANDALUCÍA	1.110,4	1.152,4	510,72
ARAGÓN	12,4	19,4	6
BALEARES	0,7	0,69	0,56
COMUNIDAD VALENCIANA	27,1	22,4	8,8
CASTILLA-LA MANCHA	131,9	127,4	66,3
CASTILLA Y LEÓN	0,9	1,6	0,6
CATALUÑA	31,4	39	15
EXTREMADURA	44,6	104,2	36,2
LA RIOJA	2,6	2	2,2
MADRID	5,4	3	2
MURCIA	11,4	10,3	7,8
NAVARRA	6,3	5,7	5
OTRAS CCAA	5	5	0,4
ESPAÑA	1.390,0	1.493	661,6

Fuente: MAPA

tenido en agua determina bajos rendimientos en aceite.

Cada una de estas variedades de aceituna produce un aceite distinto. Así, existen en el mercado aceites de aceituna picual, hojiblanca, lechín, manzanilla, verdial, cornicabra, empeltre, arbequina, etc.

La producción española representa aproximadamente el 65% de la producción de la Unión Europea y el 25% de la mundial, pues en los últimos años ha aumentado más la producción de los países terceros.

En mayor o menor medida, la producción del aceituna está distribuida por 35 de las 50 provincias españolas, si bien es en Andalucía donde se concentra el grueso de la producción.

Extremadura, con el 12% del olivar aproximadamente, ocupa la segunda posición en superficie de olivar y en las últimas décadas el olivar se ha ido extendiendo a zonas donde el cultivo es menos habitual como puede ser Castilla y León o incluso Galicia.

Además, el cultivo del olivar tiene un marcado carácter social. Se estima que unos 330.000 agricultores se dedican al cultivo del olivar y que este cultivo genera unos 45 millones de jornadas cada campaña.

ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA

El olivo es un árbol milenario cuyo cultivo se extendió por la cuenca del Mediterráneo, siendo de gran importancia para los pueblos fenicio, romano y árabe. La expansión de su cultivo a América se produjo en el siglo XVI gracias a los españoles.

De acuerdo con los datos del Ministerio de Agricultura, el valor generado por la producción de aceite de oliva representó en 2023, a efectos de calcular la renta agraria nacional, el 3,8% de la Producción Agraria final y el 7% de la Producción Vegetal, porcentajes en ambos casos muy inferiores a los del ejercicio precedente.

La producción de aceite de oliva 2023 a efectos de calcular la renta agraria anual tuvo una evolución muy negativa, 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 2023/24, sino con la anterior 2022/23.

En este sentido, en volumen la producción de aceite de oliva se redujo a efectos de calcular la renta un

PRODUCCIÓN DE ACEITE Y DE ACEITUNA EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2021/2022	2022/2023	2023/2024
ACEITE DE OLIVA	1.493	665,7	850,1
ACEITUNA DE ADEREZO	660,13	414,13	408,7

Fuente: MAPA

PRODUCCIÓN DE ACEITUNA DE ADEREZO EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2021/2022	2022/2023	2023/2024
MUNDO	3.100,5	3.014,5	2.653,5
UE	928,5	825	600,5
ESPAÑA	660,13	414,13	408,7

Fuentes: COI y MAPA

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITUNA DE ADEREZO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2021/2022	2022/2023	2023/2024
ANDALUCÍA	508,2	359,6	290,8
EXTREMADURA	141,6	49,5	87
OTRAS CCAA	19,3	5,1	30,9
TOTAL ESPAÑA	660,13	414,13	408,7

Fuente: MAPA

PRODUCCIÓN DE ACEITE DE OLIVA EN EL MUNDO, LA UE Y ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2021/2022	2022/2023	2023/2024
MUNDO	3.418	2.555	2.511
UE	2.271,7	1.392,7	1.501,6
ESPAÑA	1.493	665,8	851

Fuentes: COI, Comisión Europea y MAPA

58,6%, mientras que los precios subieron de media un 70,1%. El valor generado por el sector del aceite de oliva se redujo significativamente (un 29,6%) y se situó en 2.494,7 millones de euros.

Con respecto a la producción de aceite, en la campaña 2022/23 alcanzó un volumen cercano 665.709 toneladas. Por su lado, la producción en la campaña 2023/24 se incrementó significativamente y alcanzó un volumen de 850.157 toneladas.

Andalucía volvió a recuperar posiciones en el ranking de regiones productoras de aceite de oliva, alcanzando en la campaña 2022/23 el 77,2% del total. A continuación se sitúa Castilla-La Mancha (10%), Extremadura (5,4%) y Cataluña (2,2%). Por su lado, en la campaña 2023/24, Andalucía produjo el 68%, Castilla-La Mancha el 12,7%, Extremadura el 8% y Cataluña el 3,8% del total nacional.

ACEITE DE OLIVA EN LA UNIÓN EUROPEA

La importancia económica del sector del aceite de oliva en la renta agraria comunitaria es mucho menor que en España, a pesar de que varios países de la Unión Europea son grandes productores de este.

Según las estimaciones de la Comisión Europea publicadas a efectos de calcular la renta agraria comunitaria, el aceite de oliva representaba en 2023 cerca del 1,1% de la Producción Agraria final, con un valor cercano a los 5.900 millones de euros.

La producción de aceite en la UE en la campaña 2022/23 ascendió a algo más de 1,39 millones de toneladas, un 39% menos que en la campaña anterior. El descenso de la producción comunitaria en esa campaña fue consecuencia principalmente de los malos resultados en España. Por su lado, en la campaña 2023/24, la producción de aceite de oliva aumentó hasta los 1,5 millones de toneladas, también debido a la recuperación de la producción española.

Además de España, que ocupa el primer lugar en producción con mucha diferencia respecto al resto, los otros países productores de aceite de oliva de la UE son Italia, Grecia, Portugal, Francia, Chipre, Malta, Croacia y Eslovenia.

En este sentido, Italia registró en la campaña 2022/23 una producción de 240.900 toneladas, un 27% menos que en la anterior campaña; Portugal obtuvo 125.900 toneladas (un 39% menos) y Grecia quedó con una producción de 345.500 toneladas (un 49% más)

Por su lado, en la campaña 2023/24, la producción de Italia fue de 328.500 toneladas, mientras que la de Grecia quedó en 155.000 toneladas y la de Portugal en 157.600 toneladas.

Por su parte, el consumo de la UE durante la campaña 2022/23 disminuyó hasta los 1,22 millones de toneladas, según datos de la Comisión Europea. Los países que más aceite de oliva consumen son España e Italia. También otros países productores como Grecia, Francia o Portugal, son grandes consumidores y entre los países comunitarios no productores, destaca por su consumo Alemania.

COMERCIO EXTERIOR DE ACEITE DE OLIVA ESPAÑOL

En España, la exportación de aceite de oliva durante el año natural 2023 (no en la campaña oleícola), des-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LOS ACEITES

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Miguel Gallego, S.A. (Migasa) – Grupo *	1.860
DCOOP*	1.409
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur) - Grupo *	1150
Deoleo, S.A. Grupo (*)	837,6
Sovena España, S.A.*	775
Grupo Borges*	575
Aceites Abril, S.L.	478
F.FAIGES. S.L.	398
Urzante, S.L.*	280,0
COOP.Jaencoop	225

FUENTE: ALIMARKET. AÑO 2023. (*) Incluye la facturación de otras producciones.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ACEITUNA DE ALMAZARA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2021/2022	2022/2023	2023/2024
ANDALUCÍA	5.767	2.675,4	3.295,4
ARAGÓN	69,5	27,4	69,4
CASTILLA-LA MANCHA	589,5	361,3	547,6
CATALUÑA	175,1	73,6	142,7
COMUNIDAD VALENCIANA	116,5	44,2	121,2
EXTREMADURA	688,8	245,1	462,8
OTRAS CCAA	136,6	105,2	110,5
TOTAL ESPAÑA	7.543	3.532	4.749,6

Fuente: MAPA

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE ACEITE DE OLIVA (Miles de toneladas)

CAMPAÑA	2021	2022	2023
EXPORTACIONES	1.075,7	1.067,8	684,5
IMPORTACIONES	191,2	218,3	213,3

Fuente: DATACOMEX Datos anuales (la campaña va del 1 de octubre al 30 de septiembre)

cendió hasta las 684.500 toneladas, según datos de Aduanas. Ese volumen resultó ser inferior al del año anterior en un 36%.

Asimismo, ese año también se importaron 213.300 toneladas de aceite de oliva (un 2% menos que las compras del año 2022).

El valor de las exportaciones fue de 4.024 millones de euros (muy por encima del alcanzado un año antes), mientras que el de las compras quedó en 706 millones de euros.

Los aceites de oliva tienen un buen comportamiento exportador tanto en valor como en volumen. Siempre

han estado en la lista de los cinco productos agroalimentarios más exportados y representan el 80% de las exportaciones y el 16% de las importaciones de todo el grupo de aceites.

El aceite de oliva español se vende principalmente a la Unión Europea, destacando Italia como principal destino de estas ventas. Aunque la diferencia se va acortando de año en año, todavía es bajo el porcentaje de aceites envasados en pequeños recipientes (menores de 5 litros) que se envían al exterior.

COMERCIO EUROPEO

En cuanto al comercio a nivel comunitario, a pesar de ser la mayor productora del mundo, la UE importa también aceite de oliva de países terceros. En la campaña 2022/23 se compraron en países terceros un total de 176.062 toneladas de aceite, un volumen muy superior al de la campaña anterior. Igualmente, exportó a países no comunitarios 602.229 toneladas, un volumen inferior al de la campaña anterior, según datos de la Comisión Europea.

Por su lado, en la campaña 2023/24 las importaciones previstas alcanzan las 126.907 toneladas, mientras que las exportaciones se estiman en 352.189 toneladas. Por países, el que más aceite importa es Italia.

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE ACEITE DE OLIVA

De acuerdo con los datos publicados por el Consejo Oleícola Internacional (COI), en el mundo hay cerca de 10 millones de hectáreas dedicadas al cultivo del olivar.

La Unión Europea, con España a la cabeza, es la primera productora de aceite de oliva del mundo, con mucha diferencia respecto al resto de países. No obstante, la producción de países terceros ha ido creciendo en los últimos años y ya representa más del 31% del total mundial.

Además de en los países mediterráneos (Líbano, Turquía, etc.), también hay producción de aceite de oliva en lugares tan remotos como Australia, Estados Unidos o Argentina.

Las campañas de aceite de oliva se computan comercialmente desde el 1 de noviembre hasta el 31 de octubre del año siguiente, pero la producción de aceituna se ha ido formando en el árbol a lo largo del primer año mencionado.

Según los datos que maneja el COI, la producción mundial de aceite de oliva en la campaña 2022/23 descendió a casi 2,5 millones de toneladas, lo que supuso un descenso de casi un 25% sobre la producción de la campaña precedente. Por su lado, la producción de la campaña 2023/24, se situó en casi 2,4 millones de toneladas, un 6% menos que en la precedente.

CONSUMO Y COMERCIO MUNDIAL

Por su lado, el consumo mundial de aceite en la campaña 2022/23 disminuyó, rompiendo la tendencia ascendente de la campaña anterior. De acuerdo con los datos de la Comisión Europea, se consumieron en el mundo 2,86 millones de toneladas, frente a los 3,18 millones de la campaña precedente. Por su lado, en la campaña 2023/24, se consumirán unos 2,84 millones de toneladas, de las cuales 1,6 millones corresponderán al consumo en los países que no pertenecen a la UE.

A este respecto, la UE en su conjunto es la que más aceite de oliva consume. Por detrás se sitúan países como Estados Unidos y Turquía. 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 2022/23, sin incluir los envíos intracomunitarios, alcanzó los 1,05 millones de toneladas, un volumen notablemente más bajo que el de la campaña anterior, de acuerdo con los datos del COI. Por su lado, en la campaña 2023/24, el mismo organismo estima que se reducirán más las ventas exteriores mundiales hasta llegar a unas 957.000 toneladas.

De las exportaciones totales en la campaña 2022/23, el grueso (600.500 toneladas) 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 2022/23 se produjeron compras a nivel mundial por un volumen de 1,06 millones de toneladas (por debajo del nivel de la campaña precedente) y en la campaña 2023/24 se estima que las compras mundiales volverán a bajar, aunque superarán el millón de toneladas también. Estados Unidos es el país del mundo que más aceite de oliva importa cada campaña (unas 350.000 toneladas anuales). ■

ACEITE DE OLIVA



El sector industrial del aceite de oliva volvió a tener una nueva campaña de precios altos, por las menguadas cosechas. Las ventas en el mercado nacional (canal alimentación) se redujeron más de un 10% y las marcas de distribuidor (MDD) lograron arañar cuota de mercado.

El sector del aceite de oliva es uno de los más dinámicos de la industria agroalimentaria española. Se estima que una de cada dos botellas de aceite que se producen en el mundo contiene aceites de oliva de España.

PRINCIPALES COMERCIALIZADORES DE ACEITE DE OLIVA ENVASADO EN EL MERCADO NACIONAL

EMPRESA	Miles de Litros
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur)	60.200
Urzante, S.L.	47.500
Grupo Ybarra-Migasa	42.700
Mercaóleo, S.L.	37.200
Deoleo, S.A. - Grupo	30.006
Coop. Oleoestepa	22.000
F. Faiges, S.L.	17.800
Aceites Abril S.L	16.015
Coop JaenCoop	15.694
Aceites Maeva. S.L	10.000

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023

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.

PROCESO DE ELABORACIÓN

La elaboración del aceite de oliva comienza cuando se recoge la aceituna, bien por el método tradicional (sacudiendo el fruto del olivo y evitando que caiga en el suelo) o bien por el mecanizado (con tractores que hacen vibrar las ramas o todo el árbol para desprender el fruto).

Una vez recogidas, las aceitunas se transportan a la almazara, que es la industria alimentaria donde se el-

bora el aceite, y allí se limpian para eliminar cualquier tipo de suciedad.

Para obtener el aceite de oliva, en primer lugar se muele la aceituna para conseguir una pasta, que se envía a una máquina batidora que la homogeneiza, para facilitar la agrupación del aceite.

Cuando la temperatura de batido se mantiene por debajo de 27°, se habla de producción “en frío” y así se puede indicar en las etiquetas de los aceites de oliva virgen o virgen extra.

El sistema más utilizado en las almazaras para la extracción del aceite es el conocido como continuo. Una máquina llamada “decanter” separa por centrifugación el aceite del agua de vegetación y de los residuos sólidos presente en la pasta (pulpa y hueso). El aceite resultante se envía a una centrifugadora vertical, donde se eliminan las partículas en suspensión.

El aceite de oliva virgen obtenido se almacena en depósitos hasta su envasado. Esos depósitos se tienen que mantener a una temperatura constante de entre 15°C y 18°C, protegidos de la luz para que sus cualidades se mantengan óptimas.

Lo más habitual es filtrar el aceite de oliva antes del envasado para eliminar la humedad y la materia orgánica en suspensión. No obstante, se puede envasar el aceite de oliva virgen sin filtrar (lo que se conoce como aceite “en rama”).

A la hora de envasar, se pueden usar distintos recipientes (cristal, plástico, metal, etc.), pero para mantener todas las propiedades de los aceites de oliva es muy importante protegerlos del calor, de la luz solar directa y del aire.

COLOR Y SABOR

La variedad de aceituna que se utilice para producir aceite define el color del mismo, que puede variar desde un amarillo pálido hasta un verde intenso. Además de la variedad, también influye en el color de un aceite el grado de madurez del fruto en el momento de la recolección, las condiciones climáticas y hasta el suelo en el que está el olivo.

En cualquier caso, el color de un aceite de oliva no está relacionado ni con su sabor, ni con su calidad.

En este sentido, el sabor de cada aceite cambia dependiendo de la variedad de aceituna con la que se ha producido, así como también de las condiciones del suelo,

del clima o del grado de madurez del fruto. Cada aceite es un mundo y el amargor que algún tipo de aceite puede producir no es malo, sino todo lo contrario: es un atributo positivo que tienen los mejores aceites de oliva virgen.

Otro de los parámetros químicos que ayuda a definir la categoría comercial del aceite de oliva es su grado de acidez. En los aceites vírgenes, la acidez es uno de los indicadores de la “frescura” ligada a un fruto sano y a la rapidez con la que se ha procesado el fruto, desde su recolección.

Como norma, a mayor tiempo de entrada de la aceituna en el proceso, mayor es su acidez (ácidos grasos libres expresado en grados). Así, hasta un máximo de un 0,8° de acidez, los aceites se clasifican como “de oliva virgen extra” y hasta 2° de acidez, como “aceite de oliva virgen”.

En los aceites de oliva este parámetro no indica frescura y se acepta hasta 1° de acidez para su comercialización.

Las empresas que forman parte de la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (ANIERAC) pusieron en el mercado 638,15 millones de litros de aceites en 2023, un 2,8% menos que en 2022. La caída de ventas fue especialmente importante en el grupo del aceite de oliva virgen extra.

En el año 2023, las ventas de aceite de oliva en el canal nacional de alimentación se redujeron hasta nada menos que un 12%, al tiempo que las MDD (marcas de distribución) aumentaron su cuota de mercado, superando ya el 56% de las ventas de libre servicio en volumen, según datos de la consultora Circana (en valor, el porcentaje fue del 54%):

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Según los datos de la organización interprofesional del Aceite de Oliva Español, la estructura del sector del aceite de oliva está formada por 400.000 olivicultores, 1.755 almazaras, 1.500 envasadoras y 22 refinerías.

La base productiva del sector la conforman unas 2,5 millones de hectáreas del olivar, con 340 millones de olivos, lo que representa el 25% de la superficie mundial de olivar, que es asimismo la mayor superficie de olivar del planeta.

Andalucía es la región que cuenta con una mayor superficie de olivar, seguida de Castilla la Mancha, Extremadura, y Cataluña.

Como en años anteriores, las principales comercializadoras de aceite de oliva en España aumentaron sus ventas en volumen durante 2023. La principal empresa comercializadora superó los 60,2 millones de litros vendidos, mientras que la segunda comercializó casi 47,5 millones de litros.

En los últimos ejercicios ha aumentado la penetración de capital internacional entre los grandes operadores del sector. La mayor parte de esos grandes operadores basan sus estrategias de sostenibilidad en el comercio exterior.

Los aceites de marcas de distribución (MDD) tienen un gran peso en el mercado y en 2023 ganaron posiciones con respecto al año anterior, en el que por otro lado las habían perdido.

Según datos de la consultora Circana, de las ventas totales de aceite de oliva en libre servicio (hipermercados y supermercados de más de 100 m²), correspondió a las MDD el 54% en valor, porcentaje notablemente superior al del año precedente.

Por su lado, las grandes marcas perdieron peso, tanto en volumen como en valor, en su cuota de mercado en libre servicio, según datos de Circana.

En porcentaje, el primer grupo marquista representó en 2023 el 12,5% del volumen de aceite envasado vendido en libre servicio y el 13,9% del valor total de las ventas; el segundo grupo llegó hasta el 9,8% y el 10% en valor, mientras que el tercero se situó en el 6% y el 5,7% respectivamente.

En cuanto a facturaciones, hubo incrementos notables en todas las empresas debido al encarecimiento del producto. El primer grupo comercializador de aceite superó los 1.860 millones de euros en 2023, mientras que el segundo grupo llegó a los 1.409 millones. En el tercero y cuarto puesto se situaron dos grupos con facturaciones entre 1.150 y 837 millones de euros. En este sector es muy importante el peso del cooperativismo.

COMERCIO EXTERIOR

Los aceites de oliva son el tercer producto agroalimentario más exportado por España. Buena parte del aceite que se exporta hoy en día sigue siendo a granel. No obstante, las exportaciones de envasado han incrementado su relevancia de forma espectacular, habiéndose triplicado en los últimos 5 años.

El aceite de oliva español está sujeto a un estricto control de calidad. Los propios productores llevan a cabo análisis en los laboratorios y las autoridades españolas toman muestras de cada lote y las analizan para comprobar que todas se adaptan a los requerimientos de calidad establecidos por la Unión Europea.

En 2023 se produjo una caída de las ventas después de haber alcanzado cifras históricas un año antes. La causa de esta caída fue la menor producción. Según los datos del informe de comercio del Ministerio de Agricultura, se exportaron ese año 684.493 toneladas de aceite de oliva (casi un 36% menos que un año antes), por un valor de 4.148 millones de euros (un 1,1% más). Asimismo, las importaciones se redujeron un 2,3% hasta las 213.305 toneladas, por un valor de 1.131 millones (un 56,1% más que un año antes). Estos datos se corresponden con el año natural, no con la campaña oleícola.

Los aceites de oliva españoles se venden en más de 180 países de los 5 continentes y aunque su destino principal es la Unión Europea, lo cierto es que en cada campaña el mercado exterior se va abriendo más a las exportaciones hacia países terceros.

Según ASOLIVA (Asociación Española de la Industria y el Comercio Exportador de Aceites de Oliva y Aceites de Orujo) los principales mercados del aceite español varían de año en año, según se exporte a granel (exportaciones dirigidas fundamentalmente a países de la Unión Europea) o en envases inferiores a 5 litros, que se comercializan directamente a consumidores, tiendas, restaurantes, etc.

Italia es el principal destino del aceite de oliva español a granel y todavía sigue representando una cuota de mercado importante. Después de Italia, los principales compradores de aceite de oliva a granel son Estados Unidos, Portugal, Reino Unido y Japón.

Por su lado, el aceite de oliva español envasado se exporta principalmente a EE.UU., Francia y Portugal.

ASOLIVA está formada por cerca de 50 empresas exportadoras de aceite de oliva de varias provincias españolas, principalmente de Andalucía y Cataluña, cuyas ventas representan más del 95% del total exportación nacional de aceite envasado y entre el 50-75% de la exportación a granel, según campañas. La actividad de ASOLIVA se centra en defender los intereses de sus asociados, pero no lleva a cabo operaciones comerciales de ningún tipo. ■

CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE OLIVA

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 285,6 millones de litros de aceite de oliva y gastaron 1.730,5 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 6,1 litros de consumo y 37,0 euros de gasto.

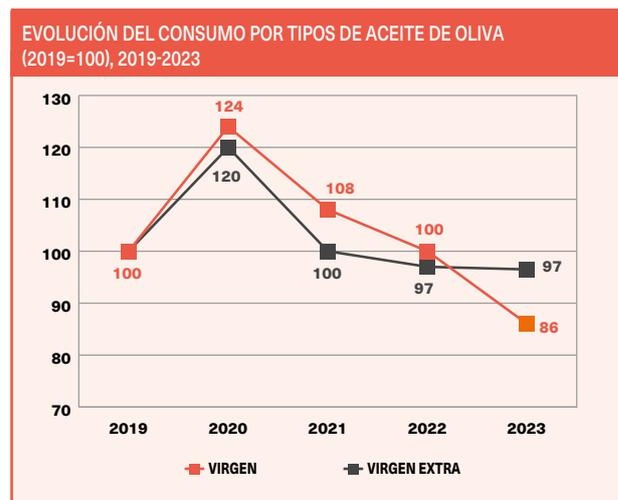
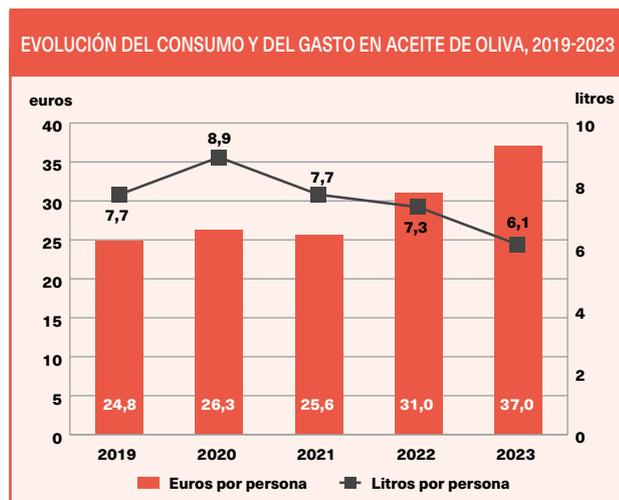
El consumo más notable se asocia al aceite de oliva virgen (2,9 litros por persona y año), seguido del aceite de oliva no virgen (3,2 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de oliva virgen concentra el 52,2%, con un total de 19,3 euros por persona, mientras que el aceite de oliva no virgen supone el 47,8% restante con un total de 17,7 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN ACEITE DE OLIVA DE LOS HOGARES, 2023				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL ACEITE DE OLIVA	285,6	6,1	1.730,5	37,0
OLIVA VIRGEN	135,8	2,9	903,0	19,3
OLIVA VIRGEN EXTRA	105,2	2,2	714,7	15,3
RESTO ACEITE OLIVA	149,8	3,2	827,5	17,7

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de aceite de oliva se ha reducido 1,6 litros por persona aunque el gasto se ha elevado en 12,2 euros per cápita. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 (8,9 litros), mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el último ejercicio 2023 (37,0 euros por consumidor).

En la familia de aceite de oliva, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido bastante pareja para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2019, el consumo de aceite virgen extra experimenta un ligero retroceso mientras que el aceite virgen cuenta con una reducción más notable aunque, en ambos casos, se advierte un comportamiento diferencial en el año 2020 que va descendiendo en los ejercicios siguientes.



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

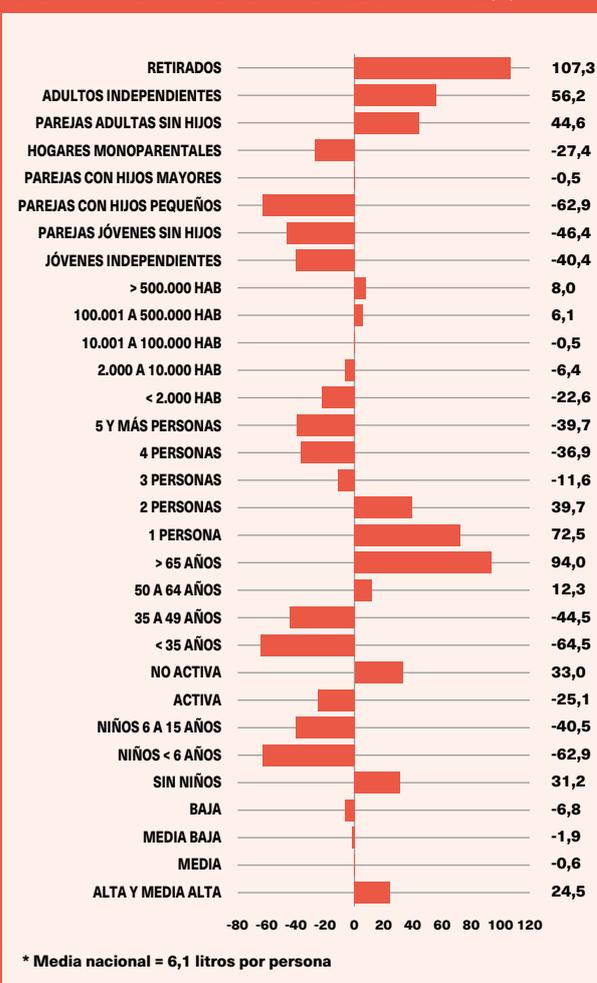
En términos per cápita, el consumo de aceite de oliva durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de aceite de oliva, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de aceite de oliva es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de aceite de oliva es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de aceite de oliva, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.
- Los consumidores que residen en las grandes ciudades (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de aceite de oliva, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos por debajo de 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos y adultos independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, en los hogares monoparentales, los jóvenes independientes y las parejas con hijos mayores.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, País Vasco, La Rioja y Navarra cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a la Región de Murcia, Castilla-La Mancha y Extremadura.

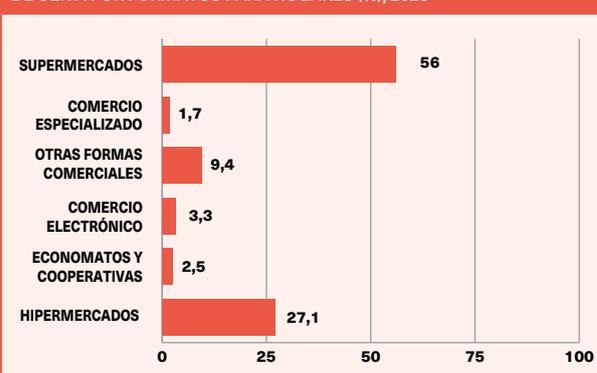
CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceite de oliva a los supermercados (56,0% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 27,1%, mientras que el comercio electrónico representa el 3,3% y los economatos y cooperativas concentran el 2,5%. Los establecimientos especializados suponen el 1,7% y las otras formas comerciales acaparan el 9,4% 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 (%), 2023



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DEL ACEITE DE OLIVA

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ANTEQUERA *
 BAENA *
 ESTEPA
 LUCENA ****
 MONTES DE GRANADA *
 MONTORO-ADAMUZ
 PONIENTE DE GRANADA *
 PRIEGO DE CÓRDOBA *
 SIERRA DE CÁDIZ *
 SIERRA DE CAZORLA *
 SIERRA DE SEGURA *
 SIERRA MÁGIMA *

ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITE DEL BAJO ARAGÓN *
 ACEITE SIERRA DEL MONCAYO *

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

BALEARES

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

OLI DE MALLORCA *

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITE CAMPO DE CALATRAVA *
 ACEITE CAMPO DE MONTIEL *
 ACEITE DE LA ALCARRIA *
 MONTES DE TOLEDO *

MARCAS DE CALIDAD

ACEITE CAMPO DE HELLÍN
 ACEITE VALLE DE ALCUDIA
 ACEITE DE LA ASOCIACIÓN SIERRA DE ALCARAZ

CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

LES GARRIGUES *
 SIURANA *
 OLI DE TERRA ALTA * (ACEITE DE TERRA ALTA)
 OLI DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ * (ACEITE DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ)
 OLI DE L'EMPORDÀ (ACEITE DEL EMPORDÀ) *

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ACEITE DE LA COMUNITAT VALENCIANA *

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITE MONTEARRUBIO *
 GATA-HURDES *

PRODUCCIÓN INTEGRADA

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

LA RIOJA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ACEITE DE LA RIOJA *

MADRID

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ACEITE DE MADRID

MURCIA

MARCA DE GARANTÍA

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

OLIVO

NAVARRA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ACEITE DE NAVARRA *

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA



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

Aceite Campo de Calatrava

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



Almagro, Calzada de Calatrava, Granatula de Calatrava y Migelturra.

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.

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 Al-

Aceite Campo de Montiel

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



Madrid y Ciudad Real.

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



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. Son aceites que, dependiendo de la época de recolección, los frutados pueden oscilar entre ligeros e intensos y los amargos y picantes entre ligeros y medios, con connotaciones que pueden recordar a los frutos secos, sobre todo la nuez y la almendra.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran registradas 28 almazaras y 2 empresas envasadoras que producen y comercializan una media anual de 2,5 millones de litros de aceite virgen extra.

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.

Aceite de la Alcarria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



Mancha. Acoge 28.335 hectáreas de olivar y casi 4 millones de olivos.

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

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 más de 12.000 hectáreas de olivar 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. El aceite obtenido de la primera aceituna verde de campaña es destinado a la DOP Aceite de Monterrubio.

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 503.388 hectáreas que constituyen la Comunidad Autónoma de La Rioja. La superficie de olivar protegida abarca una extensión de 1.300 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 600 olivicultores y 14 almazaras y una envasadora que han comercializado más de 550.000 litros de Aceite de La Rioja con DOP en su última campaña.

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 2.300 productores, 20 almazaras y envasadoras. Durante la campaña anterior, la producción alcanzó unos 2,7 millones de kilos de aceite, de los cuales 2,1 millones de kilos corresponden a aceite comercializado bajo el amparo de la DOP Les Garrigues.

Gata-Hurdes

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de aceite de oliva virgen extra con Denominación de Origen Protegida se extiende sobre una extensión de 30.300 hectáreas de olivares distribuidas entre 84 municipios de las comarcas naturales de la Sierra de Gata, Hurdes, Tierras de Trasierra de Granadilla, Ambroz, Jerte y La Vera, en Cáceres.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites producidos se realizan exclusivamente a partir de la variedad autóctona Manzanilla Caceña. Los aceites vírgenes extra obtenidos son de color amarillo-oro, ligeramente picantes y poco amargos, con intensos frutados y gran estabilidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran registradas 4 almazaras y 4 empresas envasadoras. La producción media anual es de 500.000 kilos de aceite, de los que se comercializan 140.000 kilos con Denominación de Origen Protegida.

Montes de Granada

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida abarca una superficie de 60.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre casi 30 municipios de la provincia de Granada.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites de oliva virgen extra amparados por la Denominación de Origen Protegida se elaboran a partir de las variedades principales Picual, Lucio y Loaime, aunque también se utilizan complementarias como la Hojiblanca, Gordal de Granada, Negrillo de Iznalloz y Escarabajuelo. Los aceites producidos son de tipo frutado intenso y suave.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 5.000 productores, 9 empresas envasadoras que producen una media anual de 20 millones de kilos de aceite de oliva virgen, según campañas. La comercialización con Denominación de Origen Protegida supera los 1,5 millones de kilos anuales, aunque se espera incrementar esta cifra en los próximos años.

Montes de Toledo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de aceite de oliva virgen se extiende sobre una superficie protegida de 30.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre 103 municipios localizados en las provincias de Toledo y Ciudad Real.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes protegidos por la Denominación de Origen Protegida Montes de Toledo se elaboran exclusivamente con la variedad de aceituna Cornicabra. El aceite virgen extra tiene un color que va desde el amarillo dorado hasta el verde intenso, de sabor denso en boca, resulta afrutado y aromático, y con regusto amargo y levemente picante.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida se encuentran registrados 6.000 oleicultores, 43 almazaras y 32 empresas envasadoras, que producen una media anual de 16 millones de kilos de aceite, de los que se comercializan más de 1 millón de kilos con DOP.

Oli de l'Empordà

(Aceite del Empordà)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Los municipios que componen la zona de demarcación geográfica están dentro de las comarcas del Alt Empordà y del Baix Empordà, así como algunos municipios limítrofes de las comarcas del Gironés (Viladesens, Sant Jordi Desvallés, Flaçà, Madremanya y Llagostera) y el Pla de l'Estany (Crespià, Esponellá y Vilademuls), en la provincia de Girona.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites protegidos por la DOP Aceite de l'Empordà son aceites de oliva vírgenes extra elaborados con las variedades autóctonas "Argudell", "Curivell" y "Llei de Cadaqués" y la variedad tradicional "Arbequina". Se consideran variedades principales la "Argudell" (mínimo del 51%), que le da su personalidad sensorial, y la "Arbequina". La suma de ambas supone más del 95%. Son aceites equilibrados de frutado verde de intensidad media. En boca, presentan un amargo y picante de tipo medio. Son aceites con aromas que normalmente recuerdan a la hierba acabada de cortar y/o a nueces; también pueden aparecer aromas de frutas exóticas, frutas verdes o alcachofa, así como presentar una sensación final de almendra en boca.

DATOS BÁSICOS: En los registros del Consejo Regulador figuran inscritos unas 900 hectáreas, 341 agricultores y 3 almazaras. En la última campaña, se comercializaron de 66 toneladas de aceite amparado por la DOP.

Montoro-Adamuz

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie amparada por la Denominación cubre 55.000 hectáreas de olivar, repartidas entre 7 términos municipales situados en pleno corazón de Sierra Morena, en la provincia de Córdoba.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades principales autorizadas son Picual (Nevadillo blanco) y Nevadillo negro, que producen aceites muy específicos, y en menor proporción se presentan otras como Picudo, Lechín y Carrasqueño. Los aceites de oliva virgen extra de la comarca amparada tienen un alto contenido en polifenoles y agentes antioxidantes naturales, además de una alta resistencia a la termo-oxidación. Presentan un color claro, en tonos que pueden oscilar a verdosos amarillentos según el grado de maduración de la aceituna al recolectarse, con una gran complejidad aromática, gran cuerpo y un característico picor y amargor con intensidad media.

DATOS BÁSICOS: Están registradas en el Consejo Regulador 5 almazaras, 8 marcas y 4 empresas envasadoras que producen 100 millones de kilos de aceituna y 19 millones de kilos de aceite virgen extra al año.

Oli de Mallorca

(Aceite de Mallorca)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Aceite de Mallorca ampara una superficie de 1.647 hectáreas de olivares que se extienden a todos los municipios de la isla de Mallorca. El 90%

de las plantaciones tiene una antigüedad de 500 años.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extra de Mallorca permiten tres variedades: Mallorquina, Arbequina y Picual. Se diferencian dos tipos de aceites en función principalmente del momento de la recolección de las aceitunas; aceite "afrutado", que procede de la recolección más temprana, con atributos de amargor y picante, de color amarillo verdoso, y el aceite dulce, que procede de la aceituna más madura, con características de dulzor o suavidad, presenta un color del amarillo paja al amarillo oro.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 532 productores, 7 almazaras y 13 envasadoras que producen 252.450 litros de aceite, de los que han comercializado 175.541 litros con Denominación de Origen Protegida.



Oli de Terra Alta

(Aceite de Terra Alta)



DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se extiende sobre 12 municipios de la comarca de Terra Alta, y 3 municipios de la comarca de la Ribera d'Ebre.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites amparados por esta DOP son aceites de oliva virgen extra de la variedad Empeltre, o Arbequina, o de la mezcla de la variedad principal de esta zona que es la Empeltre y las variedades secundarias Arbequina, Morruda y Farga. Los aceites resultantes presentan una acidez máxima de 0,5 grados, color amarillo con matices que van desde el amarillo pálido al amarillo viejo, de gran estabilidad y con connotaciones aromáticas que recuerdan a la almendra y a la nuez verde.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene registrados 2.200 hectáreas, aproximadamente 1.000 productores, 8 almazaras y 19 envasadoras-comercializadoras. La producción de la última campaña fue de 185.000 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 2.200, 10 almazaras y 5 plantas envasadoras-comercializadoras. La producción fue de 158.800 kilos de aceite amparado por la DOP en la última campaña.

Poniente de Granada

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



Poniente de Granada
Denominación de origen

ZONA GEOGRÁFICA: Abarca 71.000 hectáreas de 16 municipios de la comarca del Poniente de Granada, cuyos municipios principales son Algarinejo y Alhama de Granada.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites son multivarietales, procedentes de la combinación de al menos tres de las siguientes variedades: Hojiblanca, Picual, Picudo, Lucio o Illo-reño, Nevadillo de Alhama de Granada y Loaime. Son aceites de baja acidez, altos contenidos en compuestos polifenoles, moderados contenidos en ácido oleico (77-80%) y linoleico (hasta 12%). El color varía en la gama del amarillo-verdoso al amarillo-dorado.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador tiene registrados 5.500 oleicultores, 12 almazaras y 16 plantas envasadoras-comercializadoras. El volumen total de producción de aceite de las almazaras inscritas asciende a 11,7 millones de kilos, de los cuales 600.000 kilos se comercializan envasados con Denominación de Origen Protegida.

Priego de Córdoba

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona protegida se extiende sobre una superficie de 29.628 hectáreas de olivar, distribuidas entre cuatro municipios (Almedinilla,

Carcabuey, Fuente Tójar y Priego de Córdoba) ubicados al sudeste de la provincia de Córdoba en pleno corazón del Parque Natural de las Sierras Subbéticas declarado Geoparque por la UNESCO.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de aceituna utilizadas para elaborar nuestros aceites de oliva vírgenes extra son Picuda (60%), variedad autóctona de nuestra zona y, en menor proporción, Hojiblanca (20%) y Picual (20%). Los aceites de oliva vírgenes extra certificados por nuestra D.O.P. Priego de Córdoba ofrecen un amplio abanico de posibilidades, desde gamas más maduras y dulces hasta nuestro producto “estrella”, el más representativo: el AOVE frutado verde intenso.

En nariz presenta matices herbáceos, recordando aromas frutales como la manzana y el plátano verde, y a hortalizas como el tomate y la alcachofa. Su entrada en boca te sorprenderá con un sabor dulce, que poco a poco va dando paso a un amargo medio muy agradable que te dará idea de los tonos verdes que posee, finalizando con un picante en progresión.

DATOS BÁSICOS: En la actualidad cuenta con 6.728 agricultores, 12 almazaras, 24 marcas amparadas y 12 empresas envasadoras y comercializadoras, que producen una media de 12 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra según campañas. La comercialización media anual sobre los 2 millones de kilos, de los que el 40% se destina a la exportación.

Sierra del Moncayo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se encuentra situada al oeste de Aragón, ocupando el noroeste de la provincia de Zaragoza formando una unidad morfológica, geográfica e histórica homogénea que comprende las comarcas de Tarazona y el Moncayo y Campo de Borja, con más de 2.500 hectáreas de olivo para un total de 34 municipios.

CARACTERÍSTICAS: La valoración olfativa de los aceites virgen extra de Sierra del Moncayo presenta aromas claramente perceptibles afrutados de aceituna verde o madura y a frutos secos, asegurando un producto final multivarietal con propiedades propias y únicas. Son aceites equilibrados, destacando la armonía del sabor amargo y picante. Agradables en boca y fáciles de tomar.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador cuenta con alrededor de 2.200 pequeños agricultores y 5 cooperativas, que producen una media anual que supera los 4,5 millones de kilos de aceituna que se traducen en 1 millón de litros de aceite, del cual se destina un 25% para certificar como DO.

Sierra de Cádiz

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por esta Denominación de Origen Protegida es de 20.854 hectáreas de olivares que se localizan en 8 municipios de la provincia de Cádiz y 4 municipios de la provincia de Sevilla.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extra se elaboran a partir de la variedad principal de esta zona de producción que es la Lechín, a la que se añaden otras variedades como la Arbequina, Alameño de Montilla, Hojiblanca, Manzanilla, Picual, Verdial, y Lechín de Sevilla, considerada la principal denominación, lo que da como resultado unos aceites de oliva virgen extra con una acidez máxima de 0,8 grados, color variable entre el amarillo dorado y el verde intenso, de gran estabilidad y de un amargor levisimo en boca.

DATOS BÁSICOS: Están registradas en el Consejo Regulador 8 almazaras y 8 empresas envasadoras que producen 5 millones de kilos de aceite virgen extra al año, según campañas, lo que supone el 85% de toda la provincia de Cádiz.

Sierra de Cazorla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de los aceites amparados por la DOP Sierra de Cazorla abarca los términos municipales de Cazorla, Chilluévar, Hinojares, Huesa, La Iruela, Peal de Becerro, Pozo Alcón, Quesada y Santo Tomé, con un total de superficie de olivar de 37.500 hectáreas, enclavados en el entorno del Parque Nacional de la Sierra de Cazorla, en la provincia de Jaén.

CARACTERÍSTICAS: Son necesariamente de las variedades Picual o Royal. Son aceites de oliva virgen extra de un verdor amarillento; de un intenso frutado de aroma fresco a hierba verde (césped, heno), agradable olor a “allosa”, sabor a fruto fresco (manzana, almendra e higuera), ligero en su amargor y suave en su picor. Los aceites obtenidos de la variedad Royal son de altísimo valor y su principal característica organoléptica es el frutado fresco a hierba, manzanilla con notas ligeras a vainilla, plátano y manzana.

DATOS BÁSICOS: Están inscritas 11 entidades, que producen unos 35 millones de kilos de aceite de oliva virgen. La comercialización con DOP es aproximadamente de 3 millones de kilos anuales AOVE certificado con DOP y se venden en envases de pet, vidrio o metálicos. Se exporta entre un 10% y 20%

Sierra de Segura

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La Denominación de Origen Sierra de Segura ampara una superficie de 42.000 hectáreas de olivar, distribuidas entre 14 municipios localizados en la zona nororiental de la provincia de Jaén.

tal de la provincia de Jaén.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de aceituna predominante para la obtención de aceites vírgenes es la Picual, que ocupa el 95% del cultivo, aunque también se utilizan otras variedades como Royal, Verdala y Manzanillo de Jaén. Los aceites resultan de color amarillo-verdoso, frutados, aromáticos, ligeramente amargos y de gran estabilidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos más de 10.000 oleicultores, 22 almazaras, 16 empresas comercializadoras y 9 envasadoras, que producen 18 millones de kilos de aceite virgen y comercializan una media anual de un millón de kilos de aceite virgen extra amparados con Denominación de Origen Protegida.

Sierra Mágina

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción abarca una extensión de 61.000 hectáreas de olivar localizadas en la comarca de Sierra Mágina, que comprende 15 municipios radicados en la parte central de la zona sur de la provincia de Jaén.

de Sierra Mágina, que comprende 15 municipios radicados en la parte central de la zona sur de la provincia de Jaén.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes extra se elaboran básicamente a partir de la variedad de aceituna Picual, que representa el 99% del olivar plantado. El aceite resultante de esta variedad es de color variable entre el amarillo dorado y el verde intenso, con una acidez inferior a 0,5°, de gran estabilidad y ligero amargor y sabor a verde hierba, tomate e higuera.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 26 entidades inscritas, las cuales producen una media anual de 140 millones de kilos de aceituna y 33 millones de kilos de aceite de oliva virgen extra, según campañas. La comercialización media anual de aceite de oliva virgen extra protegido por la Denominación de Origen Protegida es de 2,5 millones de kilos.

Siurana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción se extiende sobre una superficie que alcanza casi 12.000 hectáreas de olivar, en 7 comarcas de la provincia de Tarragona.

CARACTERÍSTICAS: Los aceites vírgenes se elaboran básicamente a partir de la variedad Arbequina y en menor proporción con Royal y Morrut. Se establecen dos tipos de aceites vírgenes extra, según el momento de la recolección: Frutado, procedente de una recolección más temprana, de color verdoso, más cuerpo y sabor almendrado amargo, y Dulce, de recolección más tardía, de color amarillo, más fluido.

DATOS BÁSICOS: En el consejo regulador están inscritos cerca de 5.000 oleicultores, 29 almazaras y 34 empresas envasadoras que produjeron 3 millones de kilos de aceite amparado por la DOP Siurana.



ACEITUNA DE MESA

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.

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.

SUPERFICIE DE OLIVAR PARA ACEITUNA DE MESA EN ESPAÑA

Según la encuesta sobre superficies y rendimientos de cultivos (ESYRCE), que publica el Ministerio Agricultura, España contaba en 2023 con 85.954 hectáreas de



olivares destinados en exclusiva a producir aceituna de mesa y otras 236.274 eran olivares de doble aptitud (producción de aceituna de mesa y de almazara).

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 destinar al consumo directo o bien a la producción de aceite.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA

La aceituna de mesa es un producto español que lidera los mercados internacionales. Para este sector, 2023 estuvo marcado de nuevo por los efectos sobre el consumo derivados de la pandemia y también por los problemas de aranceles con Estados Unidos.

En la campaña 2022/23 la producción nacional de aceituna de mesa se desplomó hasta las 414.090 toneladas, muy por debajo de la producción del año anterior, según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA). Dicha campaña arrancó el 1 de septiembre de 2022 con unas existencias iniciales de 440.290 toneladas y llegó a primeros de junio de 2023 con un stock final de 323.430 toneladas.

Por su lado, en la campaña 2023/24, la producción de aceituna de aderezo volvió a caer hasta algo más de 408.700 toneladas. Las existencias iniciales ascendían al principio de la campaña a 323.430 toneladas, mientras que se estimaban unas existencias al final de campaña de 212.150 toneladas.

A nivel nacional, Andalucía es la región con mayor superficie de olivar destinado a la producción de aceituna de mesa. Anualmente produce, dependiendo de las campañas, entre el 75% y el 85% de la cosecha nacional. 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.

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 sinnúmero de maneras: con orégano, tomillo, ajo, naranja, limón, cebolla, etc. y rellenas de anchoa, pimiento, atún, salmón, avellana, almendra, cebolla, ajo, etc.

En general, los frutos se someten a tratamientos con hidróxido sódico o potásico, salmuera o sucesivos lavados con agua, según los sistemas y hábitos locales de elaboración.

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, cartonaje, maquinaria, transportes, etc.

Todas estas labores suponen aproximadamente el 27% del empleo generado por el sector nacional de conservas y preparados de productos vegetales.

En la campaña 2023/24 había operativas 405 empresas encargadas del proceso de elaboración de las aceitunas, que se denomina entamado. De esta cifra, 217 están en Andalucía (en la provincia de Sevilla, principalmente); 98 en Extremadura; 34 en Aragón; 13 en Cataluña; 13 en Murcia; 10 en Casilla-La Mancha; 8 en la Comunidad Valenciana; 3 en Castilla y León y 3 en Madrid.

También hay 282 empresas envasadoras, de las que 115 se encuentran en Andalucía.

EXPORTACIONES

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 respecto al resto.

En concreto, España exporta cerca del 30% del total mundial, muy por delante de Egipto, Grecia y Argentina, que son otros tres países que venden en el exterior gran parte de su producción.

Al igual que sucede con el aceite de oliva, el saldo de la balanza comercial del sector de la aceituna de mesa es positivo.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, en la campaña 2022/23 se exportaron 355.390 toneladas de aceituna. El grueso de estas ventas fue al mercado de la Unión Europea. Asimismo, fueron superiores las exportaciones de aceituna negra, aunque las ventas de aceituna verde también fueron buenas.

Por zonas geográficas, destacan como destino de las ventas exteriores los países de la UE, Estados Unidos y también los países árabes. En los últimos años se han incrementado las ventas a países del Este de Europa y también a los de Centro y Sudamérica. Asimismo, Reino Unido también es un destino importante para las aceitunas españolas.

En cuanto a la campaña 2023/24, se estima una exportación de 320.000 toneladas, de las que 189.720 irán a mercados fuera de la UE.

PRODUCCIÓN MUNDIAL Y COMUNITARIA

España es el primer país del mundo en producción y exportación de aceituna de mesa con aproximadamente el 20% de la producción total. Después de España, los países con mayor producción de aceituna de mesa son Egipto (19%), Turquía (14%), Argelia (10%) y Grecia (8%).

En la Unión Europea, la producción de aceituna de mesa en la campaña 2022/23 ascendió a cerca de 825.000 toneladas, un 11% menos que en la campaña precedente, según los datos del Consejo Oleícola Internacional (COI). Para la campaña 2023/24, las previsiones de este organismo sitúan la producción en 600.000 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 2022/23 incrementó notablemente su producción hasta llegar a 325.000 toneladas. Por el contrario, en la campaña 2023/24 se estimó una caída de la producción hasta las 110.000 toneladas.

El tercer país en producción es Italia, con 62.500 toneladas en la campaña 2022/23 y tienen también pro-

ducciones de aceituna de mesa Malta, Portugal, Chipre, Francia, Eslovenia y Croacia, pero su volumen de producción es considerablemente más bajo.

CONSUMO EUROPEO

Según los datos del Consejo Oleícola Internacional (COI), el mayor consumo de aceituna de mesa se registra en la Unión Europea, aunque hay países que han incrementado mucho su consumo en los últimos años. Según los datos del COI, en la campaña 2022/23 se consumieron 574.500 toneladas de aceitunas de mesa en la UE, un volumen inferior al de la campaña precedente. Por su lado, para la campaña 2023/24 se estima un consumo de 571.500 toneladas.

Dentro de la UE, España es el primer país de la Unión Europea en consumo de aceituna, seguido de Chipre, Malta y Grecia.

Por su parte, Egipto es el segundo país del mundo en el que más aceituna de mesa se consume. En las dos últimas campañas (2022/23 y 2023/24) se estima que el consumo se estabilizó en torno a 500.000 toneladas.

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 2022/23, la producción mundial aumentó a cerca de 3 millones de toneladas, un 3% menos que en la campaña anterior. Para la campaña 2023/24, las previsiones son de 2,6 millones de toneladas.

Además de la UE, primer productor mundial, destacaron en la campaña 2022/23 por su producción países como Egipto (600.000 toneladas), Turquía (605.000 toneladas) y Argelia (256.500 toneladas). Para la campaña 2023/24 el COI estimó una caída de producción en Turquía y un aumento en Argelia.

Aunque sus cosechas son menos importantes a nivel mundial, también hay producciones en países como Irán, Iraq, Marruecos, Túnez, Jordania, Siria, Georgia, Rusia, Estados Unidos e incluso Japón, entre otros.

CONSUMO MUNDIAL

Aunque en los años previos había crecido, la pandemia provocó una caída del consumo mundial de aceituna de mesa. Así, según los datos del Consejo Oleícola Internacional (COI), en la campaña 2021/22 se consumieron

en el mundo algo más de 2,7 millones de toneladas, frente a los 2,8 millones de la anterior. Para la campaña 2022/23, el COI estimó un crecimiento del consumo de aceitunas, pero poco importante. Así, sus pronósticos situaron el consumo total en 2,95 millones de toneladas.

Egipto ha sido el país con mayor consumo en las dos últimas campañas. En la 2022/23, las estimaciones del COI apuntaban a que se consumieron en este país 500.000 toneladas de aceitunas, frente a las 5647.500 toneladas de todos los países de la UE. Por detrás se situaron Turquía (407.000 toneladas) y Argelia (312.000 toneladas).

Estados Unidos registró un aumento en su consumo tras los problemas con los aranceles de la campaña 2020/21. El COI estimó un consumo cercano a las 196.500 toneladas para la campaña 2021/22, unas 20.000 toneladas por encima de la anterior, y de 178.000 toneladas para la campaña 2022/23.

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 COI, la exportación media mundial en la campaña 2021/22 alcanzó las 718.500 toneladas (peso neto escurrido), un volumen superior al de la campaña anterior en 11.000 toneladas. Asimismo, en la campaña 2022/23 las previsiones del COI apuntan a que se exportaron a nivel mundial 769.000 de toneladas.

España es el primer país exportador de aceituna de mesa del mundo, seguido a gran distancia por Egipto, Marruecos, Turquía, Grecia, Argentina, Perú, Siria, Portugal y Estados Unidos.

De las exportaciones totales en la campaña 2021/22, 339.000 toneladas correspondieron a las ventas desde la Unión Europea (sin tener en cuenta los intercambios intracomunitarios). Para la campaña 2022/2023 el COI estimó una exportación de 271.000 toneladas en el caso de la UE.

En cuanto a las importaciones mundiales de aceituna de mesa, en la campaña 2021/2022 se estimaron (datos del COI) en 690.500 toneladas y en la 2022/2023, en 702.000 toneladas.

Pese a todos los problemas comerciales, Estados Unidos es el país del mundo que más aceituna de mesa importa. En la campaña 2021/2022 compró en el exterior 157.500 toneladas y en la 2022/2023 aumentó ese volumen hasta las 165.000 toneladas, de acuerdo con los datos del COI.

TIPOS Y PRESENTACIONES

La aceituna de mesa es un aperitivo perfecto por ser una opción saludable. Dependiendo de su coloración, del momento en el que se han recogido y del proceso de elaboración llevado a cabo, se distinguen tres tipos de aceituna: verdes (aceitunas obtenidas de frutos de tamaño normal, recogidos en su punto de maduración); de color cambiante (aceitunas recogidas antes de su completa madurez y con frutos de color morado, rosáceo o castaño) y negras (aceitunas que proceden de frutos que no están totalmente maduros y que una vez tratadas adquieren su color negro característico).

En cuanto a las presentaciones que se pueden encontrar en el mercado, destacan las aceitunas enteras (las que conservan su forma original y a las que no se les ha sacado el hueso), las deshuesadas, las rellenas (aceitunas deshuesadas que se rellenan con uno o más ingredientes como pimiento, cebolla, atún, anchoa, salmón, almendra, etc.), las saladas (aceitunas cortadas en gajos o lonjas y deshuesadas); las lonjas (aceitunas deshuesadas o rellenas cortadas en aros de un grosor similar) y las aceitunas alcaparradas (enteras o deshuesadas, con o sin relleno, generalmente de tamaño pequeño y acompañadas de alcaparras). ■

ACEITUNAS DE MESA

La producción industrial de aceitunas de mesa se desplomó en 2023 debido a la mala cosecha por los efectos de la sequía en el olivar. Con la caída de la producción se produjo también una reducción de las ventas al exterior y también del consumo en los hogares.

La Encuesta Industrial Anual de Productos del INE cifró la producción de aceitunas en 2023 en 776.434 toneladas -un 13% menos que en 2022-, por un valor de 1.709 millones de euros, un 2% más que el año anterior.

El sector de la aceituna de mesa tiene una gran relevancia en el conjunto de la industria agroalimentaria nacional, tanto por el número de empleos que genera como por su producción y el nivel de exportación.

Según los datos de la Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceituna de Mesa, (ASEMESA), el sector de la aceituna genera más de 8.000 empleos directos y más de 6 millones de jornales, entre recogida y cultivo del olivo. Además, hay también miles de empleos que están relacionados con esta producción (los que trabajan en fábricas del vidrio, hojalata, cartón, maquinaria, transporte, etc.).

ASEMESA calcula que este subsector representa el 27% del empleo generado en el sector de las conservas y preparados vegetales, así como también el 22% del valor generado por este subsector a efectos del Producto Interior Bruto (PIB).

Junto con ASEMESA, en el sector trabaja también la organización interprofesional INTERACEITUNA, en la que están representados productores e industriales. Esta organización se constituyó en 2004 y de ella forma parte también ASEMESA.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ACEITUNAS DE MESA

EMPRESA	VENTAS (Mill. €)
Grupo Ángel Camacho, S.L. *	252,9
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U. (*)	216,07
Aceitunas Guadalquivir, S.L	168,4
Aceitunas Cazorla, S.L	154
Agro Sevilla Aceitunas Soc. Coop. And. - Grupo *	151,8
DCOOP. Aceitunas de mesa.	117,02
Oleand Manzanilla Olive S.C.A (*)	110
La Española Alimentaria Alcoyana, S.A	73,25
Cándido Miró, S.A	52,05
Olives And Pickes, S.L	51,3

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023 * Incluye la facturación de otras producciones.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En los últimos años se han detectado fuertes procesos de concentración y modernización dentro de las industrias del sector de la aceituna de mesa. Según los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), en la campaña 2023/2024 había en España 405 instalaciones dedicadas al entramado de la aceituna, cifra inferior a la de la campaña anterior.

El 53% de estas empresas se encuentra en Andalucía; el 24,2% en Extremadura; el 8,4% en Aragón; el 3,2% en Cataluña y el 3,2% en Murcia. El resto de

las entamadoras se distribuye por Castilla y León, Castilla-La Mancha, la Comunidad de Madrid o Baleares.

Además de las entamadoras, el sector industrial también se compone de instalaciones dedicadas al envasado. En la campaña 2023/24 estaban registradas 282 empresas envasadoras, una cifra superior a la de la campaña anterior. De esas instalaciones dedicadas al envasado, el 40,7% está en Andalucía y el 12,7% en Extremadura.

A nivel empresarial, el principal grupo del sector facturó en 2023 un total de 253 millones de euros, con aportaciones de otros sectores.

El segundo grupo empresarial llegó a 216 millones de euros de facturación, pero en esta cifra están incluidas las aportaciones de otras líneas de negocio. Por su lado, el tercer grupo empresarial del sector facturó por valor de 168 millones de euros, que proceden en su mayor parte 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.

En el ranking de las 10 principales empresas quedaron por debajo de éstas otras siete con facturaciones de entre 154 y 51 millones de euros. Hay en ese grupo varias empresas que no tienen la aceituna de mesa como negocio principal.

COMERCIO EXTERIOR

España exporta aceitunas de mesa a más de 180 países y es el primer país exportador del mundo. El grueso de las exportaciones españolas de aceituna de mesa se dirigieron a la UE (cerca del 44%) .

El comercio exterior es esencial para asegurar la sostenibilidad de las principales empresas del sector, pues la demanda interna es completamente insuficiente para absorber los actuales niveles de producción.

En la campaña 2023/24 (con datos a finales de junio 2024), se habían exportado 234.932 toneladas de aceitunas (dato de campaña, no del año natural). De este volumen, 197.241 toneladas correspondían a Andalucía y 162.553 t. a Sevilla, lo que significa que de esta provincia andaluza sale el 70% de las ventas exteriores.

El grueso de las exportaciones van a los países de la Unión Europea, pero también destacan los mercados de Norteamérica y en tercer lugar, las de los Países Árabes. En 2023 continuó el conflicto de Estados Unidos con la UE respecto a los aranceles a las aceitunas negras españolas.

En cuanto a las importaciones de aceitunas de mesa, lo cierto es que son muy poco relevantes. La principal partida es la formada por las aceitunas griegas de Kalamata, aunque también se reciben algunos envíos provenientes de Marruecos y, en ocasiones, de Argentina. ■



CONSUMO Y GASTO EN ACEITUNAS

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 108,8 millones de kilos de aceitunas y gastaron 435,1 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 2,3 kilos de consumo y 9,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las aceitunas envasadas rellenas (0,8 kilos por persona y año), seguido de las aceitunas envasadas con hueso (0,6 kilos per cápita). En términos de gasto, las aceitunas envasadas rellenas concentran el 33,3% del gasto, con un total de 3,1 euros por persona, seguido por las aceitunas envasadas con hueso, con un porcentaje del 21,5% y un total de 2,0 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN ACEITUNAS DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL ACEITUNAS	108,8	2,3	435,1	9,3
ACEITUNA ENVASADA CON HUESO	29,4	0,6	93,2	2,0
ACEITUNA ENVASADA SIN HUESO	22,1	0,5	70,3	1,5
ACEITUNA ENVASADA RELLENA	38,4	0,8	143,5	3,1
RESTO ACEITUNAS	18,9	0,4	128,1	2,7



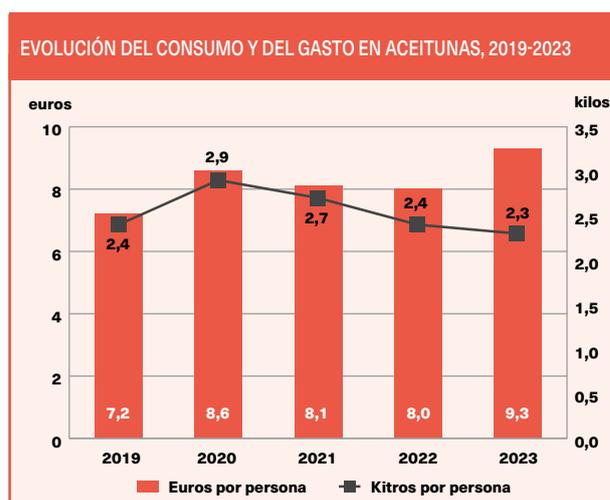
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de aceitunas durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

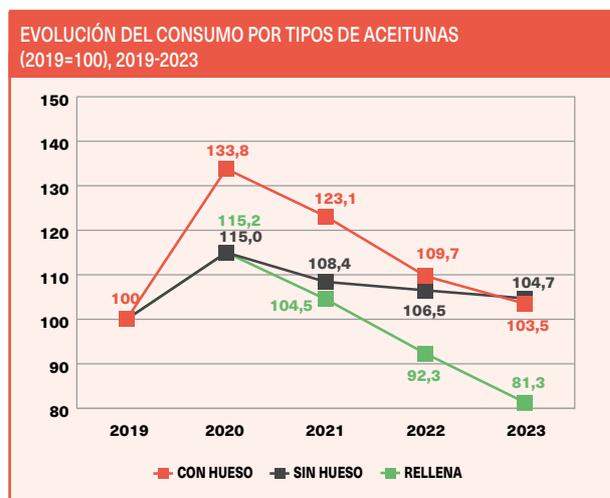
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de aceitunas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de aceitunas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de aceitunas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de aceitunas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes núcleos de población (por encima de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de aceitunas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos menores de 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes, y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, los hogares monoparentales, y las parejas jóvenes sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Baleares y Región de Murcia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Asturias y Canarias.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

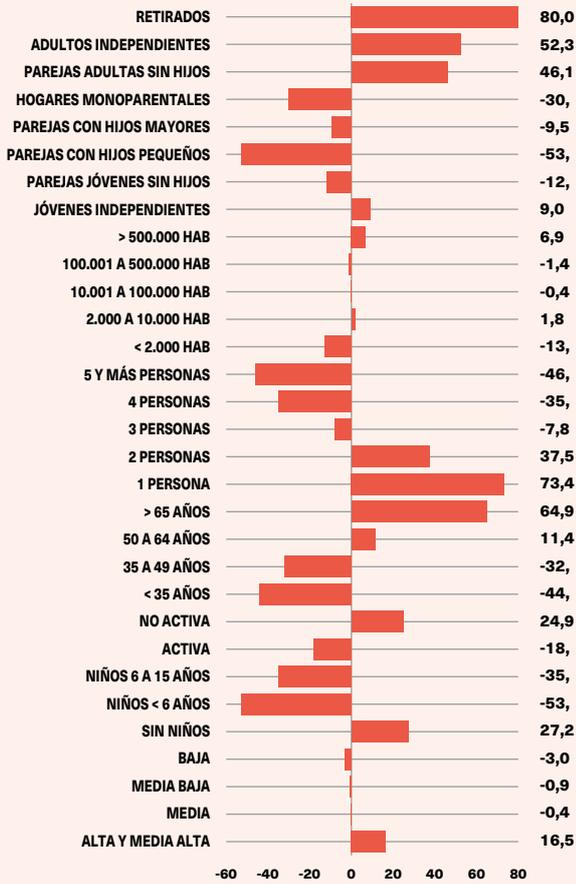
Durante los últimos cinco años, el consumo de aceitunas se ha mantenido bastante estable aunque en el último ejercicio se ha producido un incremento notable del gasto (incluso por encima del año 2020 vinculado a los efectos de la COVID-19). En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (2,9 kilos), mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el último ejercicio 2023 (9,3 euros por consumidor).



En la familia de aceitunas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2018-2022 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque con incrementos notables en el año 2020 por los efectos de la COVID-19 que durante los siguientes ejercicios se han ido corrigiendo. Respecto a la demanda de 2019, solamente disminuye el consumo de aceitunas rellenas.



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

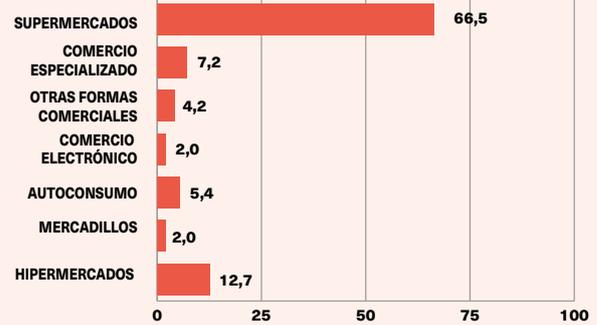


* Media nacional = 2,3 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceitunas a los supermercados (66,5% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 12,7% y los establecimientos especializados llegan al 7,2%. El autoconsumo representa una cuota del 5,4%, los mercadillos acaparan el 2,0% y el comercio electrónico representa un 2,0%. Otras formas comerciales suponen el 4,2% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ACEITUNAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



CONSUMO Y GASTO EN ENCURTIDOS

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 28,2 millones de kilos de encurtidos y gastaron 111,5 millones de euros en estos productos.

En términos per cápita, se llegó a 0,6 kilos de consumo y 2,4 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN ENCURTIDOS DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL ENCURTIDOS	28,2	0,6	111,5	2,4

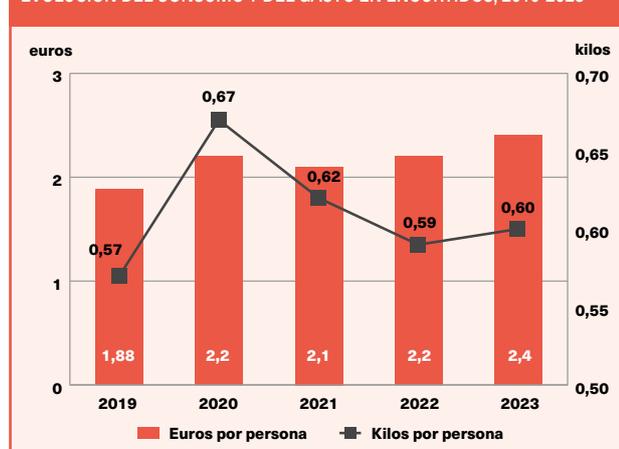
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de encurtidos ha subido 0,03 kilos por persona y el gasto también se ha elevado (subida de 0,52 euros). En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produjo en el año 2020, con 0,67 kilos, mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el ejercicio 2023 con 2,4 euros por consumidor.

En el periodo 2019-2023 y respecto a la demanda de 2019, el consumo de encurtidos ha seguido una tendencia ascendente, produciéndose un pequeño descenso en los ejercicios 2021 y 2022 tras la notable elevación del año 2020. En el año 2023 se advierte una cierta remontada del consumo.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN ENCURTIDOS, 2019-2023



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE ENCURTIDOS (2019=100), 2019-2023



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

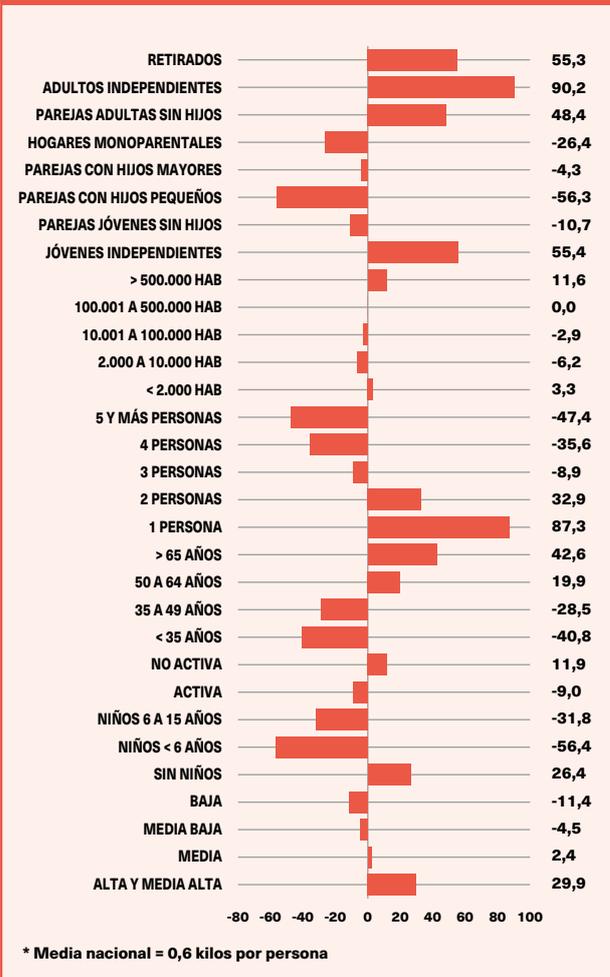
En términos per cápita, el consumo de encurtidos durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- 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, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Aragón, Región de Murcia y La Rioja presentan los mayores consumos de encurtidos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Andalucía y Galicia.

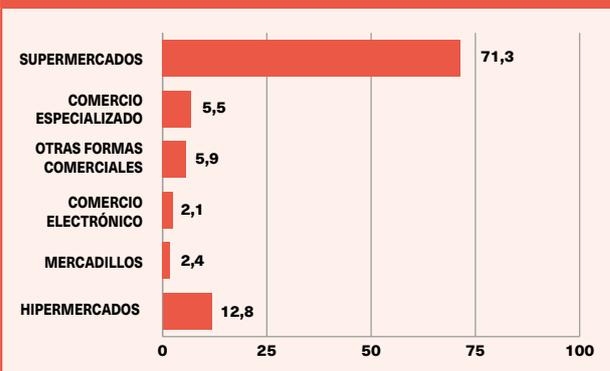
CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de encurtidos a los supermercados (71,3% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 12,8% y los establecimientos especializados llegan al 5,5%. Los mercadillos representan el 2,4%, el comercio electrónico el 2,1% y otras formas comerciales el 5,9% 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 (%), 2023



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE ACEITUNA DE MESA

ANDALUCÍA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ACEITUNA ALOREÑA DE MÁLAGA

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

OLIVAS DE CASPE

CATALUÑA

MARCA DE CALIDAD ALIMENTARIA PRODUCCIÓN INTEGRADA

ACEITUNAS

ISLAS BALEARES

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

OLIVA DE MALLORCA

MADRID

DENOMINACIÓN DE CALIDAD

ACEITUNAS DE CAMPO REAL



Aceitunas de Campo Real

DENOMINACIÓN DE CALIDAD



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración de las Aceitunas de Campo Real está constituida por el municipio de Campo Real, en el sureste de la Comunidad Autónoma de Madrid.

CARACTERÍSTICAS: El producto amparado lo constituyen la variedad local Manzanilla de Campo Real y también está autorizada la Manzanilla Cacereña, que se caracterizan por su intenso color verde-pardo de gran calibre. Sus frutos son redondeados dos y de piel fina y con una textura

en su pulpa muy firme. La forma de elaboración artesana es la que aporta características singulares a las aceitunas, que son rajadas longitudinalmente y después se someten a un proceso de curación, usando en su aderezo ajo, tomillo, orégano, hinojo, laurel y cilantro, dando como resultado un producto tradicional, de sabor único y original.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta denominación, en el Consejo Regulador figuran inscritas 14 empresas de elaboración que producen al año más de 3 millones de kilos, susceptibles de ser comercializados como Denominación de Calidad.

Aceituna Aloreña de Málaga

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción se encuentra situada en el suroeste de la provincia de Málaga y engloba a un total de 19 municipios: Alhaurín de la Torre, Alhaurín el Grande, Almogía, Álora, Alozaina, Ardales, El Burgo, Carratraca, Cártama, Casarabonela, Coín, Guaro, Málaga, Monda, Pizarra, Ronda, Tolox, Valle de Abdalajís y Yunquera, con una superficie total de 230.500 hectáreas. Se sitúa en la comarca,

natural del Guadalhorce, incluida dentro del dominio de las cordilleras Béticas.

CARACTERÍSTICAS: Se trata de una aceituna de mesa aliñada obtenida del fruto del olivo de la variedad aloreña. Con un calibre de entre 140-260 mm se considera una aceituna muy apreciada. La recolección debe ser manual, ya que es una aceituna muy sensible a los golpes y se daña fácilmente; una vez recolectadas, las aceitunas son partidas y puestas en salmuera. Tras unos días en esta salmuera, las aceitunas están listas para aliñarse con los aliños típicos de la zona: hinojo, tomillo, ajo y pimienta, que le dan ese característico aroma y sabor. La Denominación de Origen reconoce tres productos diferenciales según su grado de fermentación y amargor: aceitunas verdes frescas, tradicionales y curadas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas unas 2.000 familias recolectoras, con una superficie de unas 23.000 hectáreas de olivar que producen unos 20.000.000 de kilos anuales, de los cuales se han aderezado unos 5.000.000 de kilos.

OLEAGINOSAS

Las oleaginosas son plantas de cuya semilla se puede obtener, principalmente, aceite para consumo humano; aceites para usos industriales y piensos destinados a la alimentación animal. A nivel mundial, la planta oleaginosa más cultivada es la soja, que representa más de la mitad de toda la producción de estos cultivos y es originaria de Asia.

El uso principal de la soja es la elaboración de piensos destinados a la alimentación animal y los principales países productores son Brasil y Argentina. Además de la soja, también son importantes a nivel mundial la colza y el girasol. El girasol es una planta de la familia de las compuestas, cuyo origen se cree que está en Norteamérica, mientras que la colza es originaria de Europa.

Al margen de estos tres grandes cultivos, también se consideran plantas oleaginosas la palma (de la que se obtiene principalmente aceite), el maní y el lino, que también se utiliza mucho en la industria textil.

El aceite de soja es el de mayor producción mundial, seguido del aceite de palma, colza y girasol. Estos aceites de semillas oleaginosas cubren la demanda mundial, junto con el aceite de oliva y las grasas animales.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA

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

La producción española de semillas oleaginosas representa aproximadamente el 4% de la cosecha de la Unión Europea, con cuotas que van desde el 10% en el caso del girasol, al 0,4% en el de la colza. La campaña de comercialización de estos cultivos va desde el 1 de julio al 30 de junio del año siguiente.

A efectos de calcular la renta agraria anual, el sector de las oleaginosas se engloba dentro de los cultivos industriales, que registraron en 2023 un aumento en volumen de su producción del 0,7% y una bajada de precios de 16,8%, al contrario de lo que sucedió en el año anterior, según los datos publicados por el Ministerio de Agricultura.

En la campaña 2022/23 (del 1 de julio al 30 de junio del año siguiente), la superficie se incrementó hasta

PRINCIPALES PRODUCCIONES OLEAGINOSAS EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

	2021	2022	2023
GIRASOL	760	820,2	872,5
SOJA	4,7	3,7	7,2
COLZA	237,1	253,2	185,8
TOTAL	1.001,8	1.077,1	1.065,5

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

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

	2021	2022	2023
MUNDO	56.950	52.779	54.864
UE	10.365	9.302	9.821
ESPAÑA	760	820,2	872,5

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

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

CCAA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	267,5	303,7	204,4
ARAGÓN	15,8	44,5	31,3
CASTILLA-LA MANCHA	121,6	89	130,1
CASTILLA Y LEÓN	330	329,4	465,2
CATALUÑA	3,2	5,9	6,8
COMUNIDAD VALENCIANA	0,6	0,7	0,7
EXTREMADURA	7,7	26,8	5,4
LA RIOJA	2,7	4,9	6,3
MADRID	0,3	1,1	0,5
NAVARRA	7	7,6	12,1
PAÍS VASCO	3,1	4,7	9,1
OTRAS CCAA	0,5	1,9	0,6
ESPAÑA	760	820,2	872,5

FUENTE: MAPA

1.005.000 hectáreas, mientras que la producción superó los 1,057 millones de toneladas. Por su lado, en la campaña 2023/24 se estimó una superficie total de 884.000 hectáreas, con una producción de 1,06 millones de toneladas.

La semilla oleaginosa que más se cultiva en España –y con mucha diferencia- es el girasol. En 2023 (campaña 2023/24) se sembraron 767.000 hectáreas y la producción quedó en 872.500 toneladas, un 6,3% más que un año antes.

Por su lado, en el sector de la colza se registró un descenso de producción del 26%, en contra de lo sucedido un año antes. Al final, se recogieron en España 185.800 toneladas. En los últimos años, la colza ha experimentado un gran desarrollo, especialmente en el centro del país.

Finalmente, la producción nacional de soja, que es muy minoritaria, al contrario de lo que sucede en la Unión Europea, se duplicó en la campaña 2023. En concreto, se produjeron unas 7.200 toneladas.

TORTAS Y HARINAS OLEAGINOSAS

Además de la producción de semillas, también hay en España una pequeña producción de harinas y tortas de semillas oleaginosas. En la campaña 2022/23 la producción total utilizable se redujo a algo más de 2,99 millones de toneladas, de las que 2,26 millones correspondían a la soja; 627.000 toneladas al girasol y 111.000 toneladas a la colza, según los datos del Ministerio de Agricultura.

Por su parte, en la campaña 2023/24 la producción utilizable de estas tortas y harinas ascendió a algo más



de 3,02 millones de toneladas, de las que 2,3 millones eran derivados de la soja; 557.000 toneladas del girasol y las 145.000 toneladas restantes de la colza. La producción de este año fue menor que la del pasado.

COMERCIO DE OLEAGINOSAS

En cuanto al comercio exterior, el sector de las oleaginosas tiene un marcado carácter importador, si bien en los últimos años las importaciones han ido

PRODUCCIONES DE COLZA EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	74.890	88.852	88.743
UE	17.072	19.561	19.721
ESPAÑA	237,1	253,2	185,8

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS COLZA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)			
CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	3,9	4,3	6,6
ARAGÓN	11,9	18,6	18,2
CASTILLA Y LEÓN	108	119,34	74,3
CASTILLA-LA MANCHA	32	24,2	24
CATALUÑA	42,4	47,3	29,5
EXTREMADURA	1,7	3,1	4,5
MADRID	4,9	2,4	5,4
NAVARRA	19,7	19,4	14,2
PAÍS VASCO	4,2	4,2	4
OTRAS CCAA	8,3	10,2	4,8
ESPAÑA	237,1	253,2	185,8

FUENTE: MAPA

PRODUCCIONES DE SOJA EN EL MUNDO EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)			
	2021	2022	2023
MUNDO	360.461	378.371	395.911
UE	2.649	2.448	2.782
ESPAÑA	4,7	3,7	7,2

FUENTES: MAPA, EUROSTAT y USDA.

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE OLEAGINOSAS Y PRODUCTOS DERIVADOS (Miles de toneladas)			
IMPORTACIONES	2021	2022	2023
HABAS DE SOJA	3.654	3.173	3.327,3
SEMILLAS DE GIRASOL	356	539,1	452,1
HARINA DE SOJA	24,7	16,5	20,9

FUENTE: DG Aduanas

descendiendo. El grueso de las importaciones de estas semillas (cerca del 80%), procede de países terceros y el subgrupo habas de soja representa el 67% en valor del total de las importaciones del grupo de oleaginosas.

Por su lado, las exportaciones de España también se dirigen mayoritariamente a países terceros, aunque el porcentaje no es tan grande como el de las importaciones.

En la campaña 2022/23 se importaron 3,91 millones de toneladas (3,3 millones de soja, 550.000 de girasol y 60.000 de colza). Asimismo, las importaciones de todas las tortas y harinas de semillas oleaginosas sumaron 3,35 millones de toneladas, un volumen por debajo del importado en la campaña precedente. El grueso de estas importaciones (2,6 millones de toneladas) correspondieron a las harinas y tortas de soja.

En cuanto a la campaña 2023/24, el avance del Ministerio de Agricultura apuntaba a la compra de 3,8 millones de toneladas (por debajo de un año antes), de las que 3,4 millones eran soja.

Respecto a la exportación, los datos son muy poco representativos. La venta de semillas en la campaña 2022/23 quedó en 124.000 toneladas y la de tortas y harinas en 350.000 toneladas. Por su lado, en la campaña 2023/2024 se desplomaron las ventas de semilla y las de tortas y harinas bajaron hasta las 285.000 toneladas.

USOS DE LAS OLEAGINOSAS

La disponibilidad total de semillas oleaginosas en el mercado español durante la campaña 2022/23 ascendió a 5,12 millones de toneladas, según las cifras que publica el Ministerio de Agricultura. En la campaña 2023/24, el volumen bajó hasta los 5 millones de toneladas.

En esta cifra están incluidas la producción de campaña, las existencias de la campaña precedente y las importaciones. De este volumen, 4,7 millones de toneladas se destinan al mercado nacional y de éstas, aproximadamente el 90% se destinó a la industria y el resto a la alimentación animal y, en mucha menor medida, al consumo humano.

Por su parte, en la campaña 2022/23 había disponibles casi 6,4 millones de toneladas de harinas y tortas oleaginosas, de las cuales 5,9 millones de toneladas eran para el consumo interno y el resto para



exportaciones. Las estimaciones para la campaña 2023/24 apuntaban a una disponibilidad de 5,7 millones de toneladas.

OLEAGINOSAS EN LA UE

La Unión Europea produce unos 30 millones de toneladas de semillas oleaginosas al año y es tradicionalmente un importador neto de estos cultivos porque la producción interna no sirve para abastecer la demanda. La mayoría de las semillas oleaginosas se trituran para producir aceites para uso alimentario o biocombustibles y también para hacer harinas destinadas a la alimentación animal.

La colza es la semilla oleaginosa que más se produce en la UE (casi el 59% del total), seguida del girasol y las habas de soja (a nivel mundial, la soja ocupa el primer puesto con mucha diferencia). A este respecto, la UE es el principal productor mundial de colza, con Francia y Alemania a la cabeza.

Actualmente no existen medidas de apoyo específicas para las semillas oleaginosas, pues cerca de dos

tercios de lo que se consume en Europa cada año se produce también en la UE.

Sin embargo, para la alimentación animal la UE depende totalmente del mercado exterior, pues prácticamente la mitad de lo que se consume se tiene que importar a arancel cero desde terceros países.

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, la producción de oleaginosas en 2023 superó los 32,4 millones de toneladas, un 3,5% más que en el año anterior. La mayor cosecha en volumen fue la de colza y la menor, la de linaza.

En concreto, la producción de colza aumentó un 0,8% en 2023, pasando de 19,5 a 19,7 millones de toneladas, según datos de la Comisión. Francia es el país con mayor producción, seguido de Alemania.

Por su lado, la cosecha de girasol quedó cerca de los 9,8 millones de toneladas, un 6% más que un año antes. La UE es el tercer productor mundial de girasol, detrás de Ucrania y Rusia. Dentro de la UE, Rumania es el primer productor comunitario seguido de Bulgaria, Francia y Hungría. España ocupa el cuarto o quinto puesto en el ranking comunitario dependiendo de factores climatológicos, fundamentalmente la sequía, ya que en relación con la superficie cultivada ocupa el tercer puesto, por detrás de Rumania y Bulgaria.

Asimismo, la producción comunitaria de soja en 2023 se situó en 2,78 millones de toneladas, un 14% 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 en 2023 a 83.000 toneladas, unas mil toneladas menos que en el año anterior.

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 de-

pendencia de las oleaginosas foráneas para la obtención de biodiesel.

En la campaña 2022/23 se importaron 19,6 millones de toneladas, entre semillas oleaginosas, aceites y harinas-tortas, según los datos de la Comisión Europea. El grueso de las importaciones comunitarias fue semilla de soja y los países a los que más oleaginosas compra la UE son Estados Unidos, Australia, Brasil, Ucrania y Rusia.

OLEAGINOSAS EN EL MUNDO

A nivel mundial, aproximadamente el 80% de la producción de oleaginosas corresponde a las cosechas de girasol, soja y colza. El 20% restante procede de las producciones de semillas de algodón, cacahuete, lino oleaginoso, etc.

La producción mundial de las principales semillas oleaginosas en 2023 se elevó por encima de los 640 millones de toneladas, un volumen superior al del año precedente.

La mayor parte de esta producción mundial de oleaginosas correspondió a la cosecha de semillas de soja (395,9 millones de toneladas, un 5% más que un año antes). La utilización principal de la soja es la fabricación de piensos para la alimentación animal.

Igualmente, la producción mundial de colza se mantuvo más o menos estable con respecto al año anterior, situándose en 88,7 millones de toneladas.

La producción mundial de girasol en 2023 ascendió a 54,8 millones de toneladas, frente a los 52,7 millones de la campaña anterior.

En cuanto a la producción de harinas oleaginosas, en la campaña 2022/23 se produjeron en el mundo unos 357 millones de toneladas y en la campaña 2023/24, un total de 370,6 millones de toneladas. Más de la mitad de la producción eran harinas de soja.

Finalmente, en la campaña 2022/23 la producción mundial de aceites oleaginosos ascendió a 218,3 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 78 millones de toneladas), seguido del aceite de soja (59,6 millones), el aceite de colza (32,8 millones) y el de girasol (21,7 millones). Por su lado, en la campaña 2023/24 la producción de estos aceites volvió a crecer hasta los 223,6 millones de toneladas, de los que 79,2 millones eran aceites de palma 62,3 eran de soja y 33,9 de colza. ■

ACEITES DE SEMILLAS

El balance de 2023 para las empresas productoras de aceite de semillas registró un aumento general de la producción, pero también una caída de las ventas exteriores.

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 se pueden comercializar bajo el nombre de la semilla de la cual proceden, siendo los más consumidos el refinado de girasol; el refinado de soja; el refinado de germen de maíz y el refinado de pepita de uva.

También se puede comercializar con el nombre de aceite de semillas el elaborado con 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 distribuir 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.

Según los datos de la encuesta de producto, que publica el INE, se produjeron en 2023 un total de 834.708 toneladas de aceites de semillas. De este

volumen, 52.979 toneladas eran aceite de girasol; 20.881 toneladas eran aceite de colza y 84.611 toneladas eran aceite de palma. El resto (676.237 toneladas) eran aceites de soja, algodón, etc.

Por su lado, las empresas asociadas a ANIERAC comercializaron en 2023 cerca de 367,15 millones de litros de aceites vegetales, 34,18 millones más que un año antes. Este aumento se produjo tras los descensos del año anterior. 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.

En libre servicio (hipermercados y supermercados de más de 100 m²), el valor de las ventas de aceites de semillas llegó en 2022 hasta 181,1 millones de litros, con un valor de 412 millones de euros, según estimaciones de la consultora Circana. Con respecto al año anterior, se produjo una reducción del volumen comercializado, pero también un aumento espectacular del valor.

Dentro del libre servicio, según los datos de la consultora Circana, la marca de distribuidor (MDD) acaparó en 2023, casi 79% de la cuota en volumen y el 77% en valor. Ambos porcentajes fueron menores que los del año anterior.

En España, la valorización de los aceites de semillas resulta bastante difícil. El comportamiento del aceite de girasol en el mercado español constituye la contrapartida de lo que ocurre con el aceite de oliva: cuando este último incrementa sus ventas, las del otro disminuyen y a la inversa.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración y el predominio de grandes grupos multinacionales constituyen los dos rasgos principales del sector empresarial español de aceites de semillas.

En el libre servicio (hipermercados y supermercados de más de 100 metros cuadrados), las marcas de distribuidor (MDD) acapararon en 2023 el 73,2% de la cuota en volumen de ventas y el 71,4% en valor. En ambos casos, los porcentajes de 2023 fueron inferiores a los del año anterior.

Por su lado, la primera marca de fabricante (MDF) aumentó su cuota hasta el 6,8% en volumen de ventas y hasta el 6,3% en valor de las mismas.

PRINCIPALES COMERCIALIZADORES DE ACEITE DE SEMILLAS ENVASADO EN EL MERCADO NACIONAL

EMPRESA	MILES DE LITROS
Sovena, S.A.	106.514
Aceites Abril, S.L.	42.938
Urzante, S.L.	37.500
F. Faiges, S.L.	31.000
Deoleo, S.A.	18.052
Aceites Málaga S.L.	17.000
Aceites Albert, S.A.	14.002
Grupo Ybarra-Migasa	15.000
Coreysa, S.A.	13.867
Aceites del Sur-Coosur, S.A.	12.500

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023

La principal empresa del sector facturó ese año 1.860 millones de euros (incluidas las ventas de otras producciones, no sólo las de aceites de semillas).

La segunda empresa del sector facturó 1.409 millones de euros y la tercera 1.150 millones (en ambos casos, también están incluidas las ventas de otros productos).

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones se han convertido en la auténtica válvula de escape para facilitar la comercialización de los excedentes de producción, pues el mercado nacional está ya muy maduro.

Durante 2023 las empresas exportaron algo más de 700.000 toneladas de aceites de semillas (girasol, colza, soja, lino, maíz y sésamo), un volumen inferior al del año precedente, según datos de Comercio.

CONSUMO Y GASTO EN OTROS ACEITES

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 175,5 millones de litros de aceites que no son de oliva y gastaron 361,9 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,8 litros de consumo y 7,7 euros de gasto.

Más concretamente, la exportación de aceite de soja ascendió a 343.704 toneladas, mientras que la exportación de aceite de girasol se elevó 270.574 toneladas, frente a las 296.000 de 2022. El principal mercado de destino de las exportaciones de aceites de semillas fue Francia, seguido por Reino Unido y Portugal.

Por lo que hace referencia a las importaciones, en 2023 éstas alcanzaron los 1,1 millones de toneladas, muy por encima del volumen de 2022. La principal partida importada fue la de aceites de girasol, con 818.841 toneladas, seguida del aceite de soja (287.558 toneladas) y del aceite de colza y nabina (159.947 toneladas). En estos datos no están incluidas las compras de aceite de palma.

Los países de procedencia de estos aceites fueron Indonesia, Países Bajos y Costa de Marfil, principalmente.

El consumo más notable se asocia al aceite de girasol (3,3 litros por persona y año), seguido del aceite de orujo (0,3 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de girasol concentra el 80,5%, con un total de 6,2 euros por persona, seguido del aceite de orujo, con un porcentaje del 13,0% y un total de 1,0 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN OTROS ACEITES DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL OTROS ACEITES	175,5	3,8	361,9	7,7
ACEITE DE GIRASOL	156,0	3,3	290,1	6,2
ACEITE DE MAÍZ	0,3	0,0	1,0	0,0
ACEITE DE SEMILLAS	6,5	0,1	23,9	0,5
ACEITE DE ORUJO	12,6	0,3	46,8	1,0



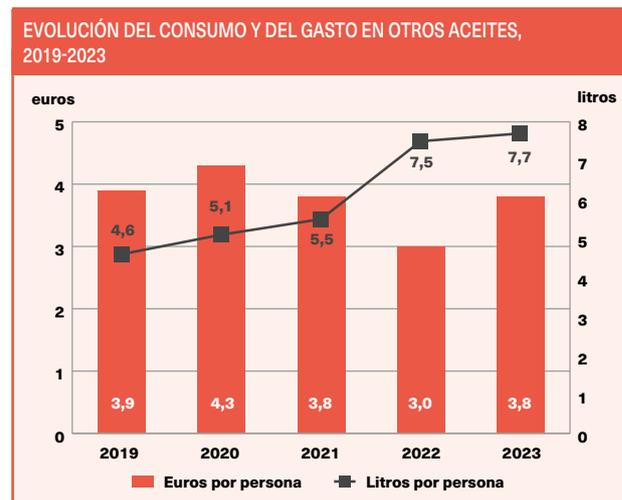
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de aceites que no son de oliva durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

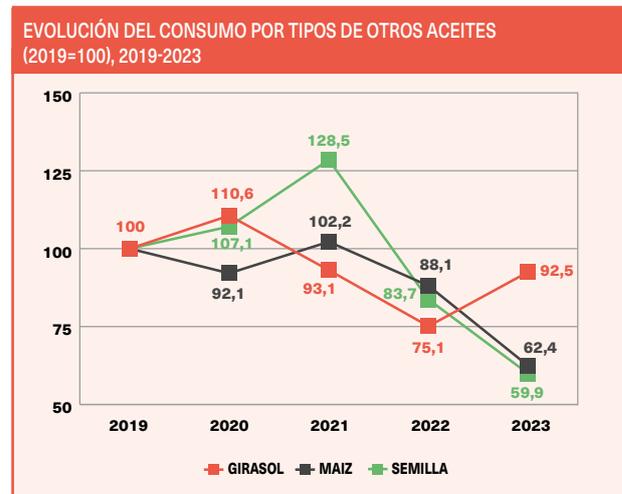
- Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase alta y media alta tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de aceites que no son de oliva, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores 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 menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de aceites que no son de oliva, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en las viviendas formadas por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en municipios inferiores a 2.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de aceites que no son de oliva, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población (más de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre los jóvenes independientes, las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, parejas con hijos mayores y los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Castilla y León, y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid.

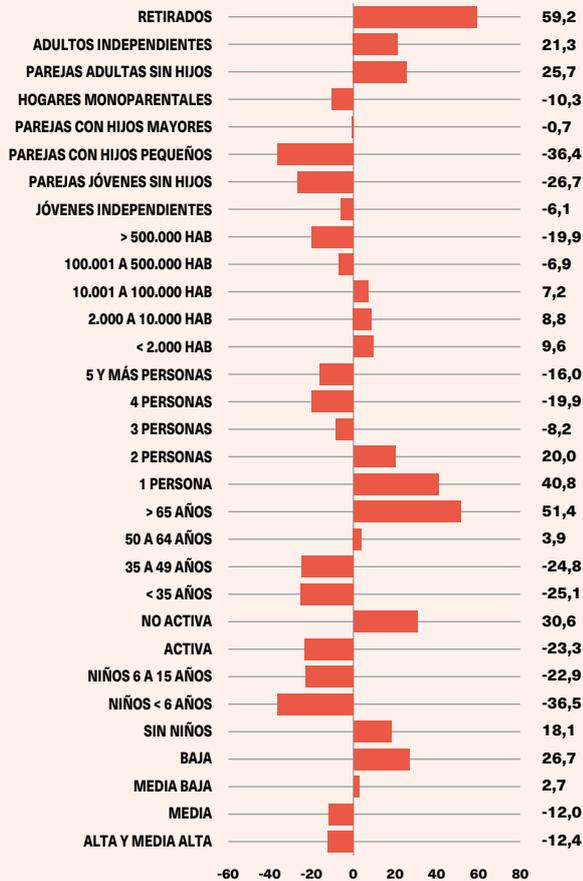
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos años, el consumo de aceites que no son de oliva se estaba minorando pero en el año 2020 se produjo un repunte motivado por los efectos de la COVID-19. Sin embargo, en los años 2021 y 2022 se produce un descenso en el consumo aunque en el año 2023 se advierte un repunte de la demanda. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se cifra en 4,3 litros por persona en el año 2020, mientras que el mayor gasto tiene lugar en el ejercicio 2023 (7,7 euros por consumidor).



En la familia de aceites que no son de oliva, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2019, el consumo de aceite de girasol, aceite de maíz y aceite de otras semillas registran descensos.

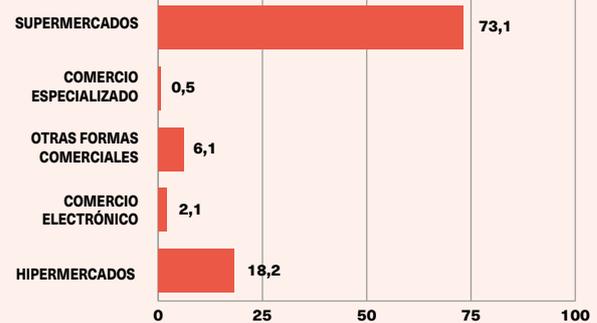


**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE OTROS ACEITES
EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)***


* Media nacional = 3,8 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceites que no son de oliva a los supermercados (73,1% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 18,2%, seguido del comercio especializado, con 0,5%. El comercio electrónico con 2,1% y las otras formas comerciales con 6,1% completan la cuota restante. ■

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE OTROS ACEITES
POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023**


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 2023, según los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), se produjeron 28.344,8 toneladas (no está incluida la margarina líquida), que comparadas con la producción del año anterior supusieron un aumento del 12% (en el año anterior la producción había disminuido). El valor de esta producción fue de 54,2 millones de euros, unos 12,5 millones menos que en el año anterior.

A esta producción se le sumaron otras 14.873 toneladas de margarina líquida y otras preparaciones comestibles de grasas y aceites.

Dentro del mercado de las margarinas, las que tienen un mejor comportamiento son las vegetales (girasol principalmente), que acaparan el 80% de las ventas. A mucha distancia de éstas se sitúan las margarinas de maíz, soja, etc.

Las margarinas normales suponen casi el 90% de las ventas totales, mientras que las llamadas "ligeras" representan el restante 10%.

Por su lado, las marcas de distribución (MDD) acaparan más del 21% del total de las ventas en volumen de margarinas.

En cuanto al comercio, según los datos de Comercio en 2023 aumentaron las exportaciones hasta 156.372



toneladas (margarinas, mezclas y preparados), mientras que las importaciones descendieron hasta 57.776 toneladas. Más concretamente, las ventas al exterior sólo de margarina sólida fueron 41.353 toneladas y las compras 31.242 toneladas. ■

CONSUMO Y GASTO EN MARGARINA

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 22,8 millones de kilos de margarina y gastaron 119,8

millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,5 kilos de consumo y 2,6 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN MARGARINA DE LOS HOGARES, 2023				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL MARGARINA	23,8	0,5	119,8	2,6
MARGARINA LIGHT	4,0	0,1	13,8	0,3
MARGARINA BAJA EN COLESTEROL	1,0	0,0	12,4	0,3
MARGARINA ENRIQUECIDA	20,1	0,4	96,3	2,1

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

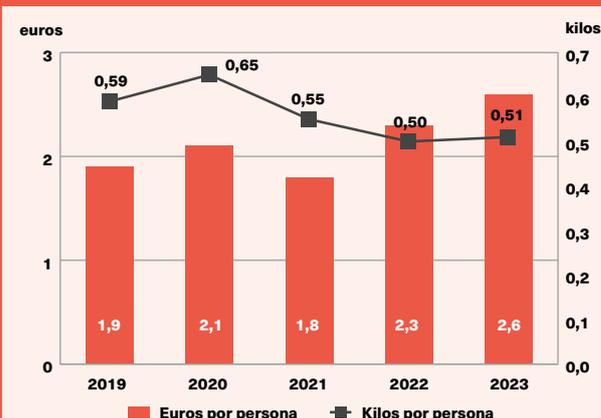
En términos per cápita, el consumo de margarina durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

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

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

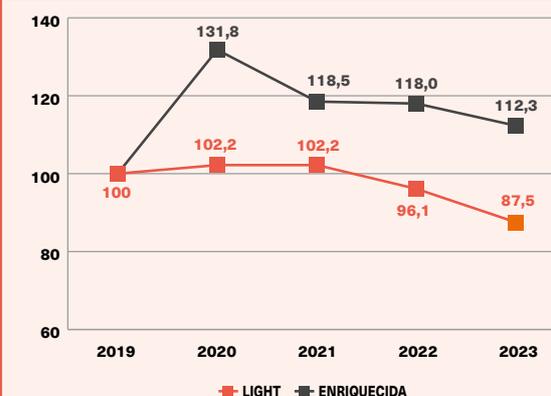
Durante los últimos años, el consumo de margarina estaba descendiendo pero en el año 2020 se produce un ascenso motivado por el COVID-19, que se ha ajustado a la baja durante los ejercicios siguientes. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (0,65 kilos), mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el ejercicio 2023 (2,6 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN MARGARINA, 2019-2023

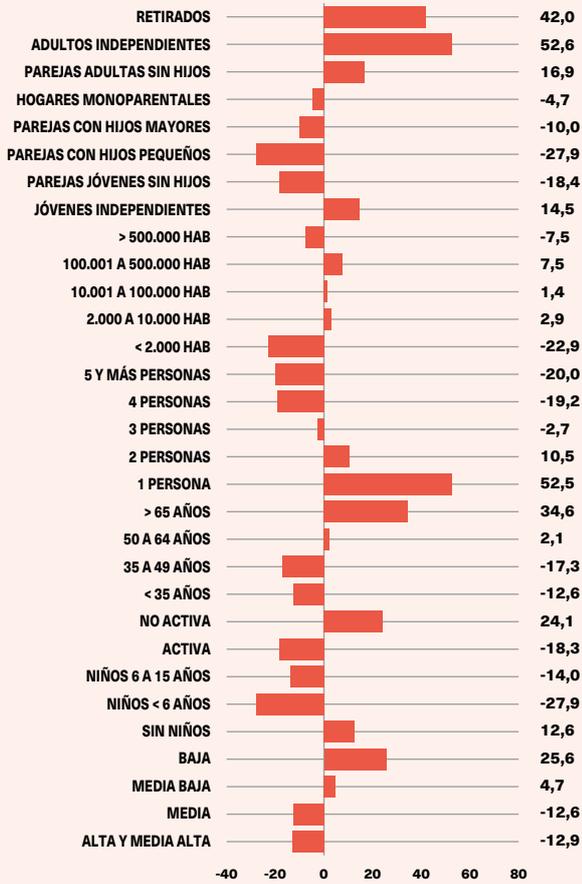


En la familia de margarinas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 venía siendo similar para ambos tipos de producto pero en el año 2020 se produce una diferenciación con el repunte de la margarina enriquecida aunque vuelve a compensarse con reducciones en los siguientes años. Respecto a la demanda de 2019, en el consumo de margarina light se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE MARGARINA (2019=100), 2019-2023



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

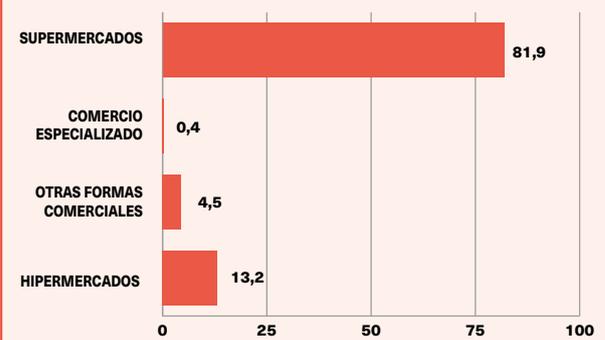


* Media nacional = 0,5 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de margarina a los supermercados (81,9% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 13,2% y los establecimientos especializados llegan al 0,4%. Las otras formas comerciales suponen el 4,5% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE MARGARINA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



AZÚCAR



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 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

PRODUCCIÓN DE AZÚCAR EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Miles de toneladas)

CCAA	2021/2022	2022/2023	2023/2024
MUNDO	173.000	177.752	179.270
UE	16.623,3	14.602,9	15.624,3
ESPAÑA	342,2	286,5	418,8

Fuentes: MAPA, USDA y Comisión Europea (producción de campaña).

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 acu-

mula 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.

REMOLACHA EN ESPAÑA

Actualmente, la remolacha azucarera se cultiva en España en Castilla y León, Andalucía, La Rioja, Navarra, Aragón, Castilla-La Mancha y el País Vasco. La superficie cultivada de remolacha azucarera en España se incrementó en 2023 un 45% hasta llegar a 35.800 hectáreas. De esta cifra total, 27.200 hectáreas correspondieron a las siembras en la zona norte y el resto a las de la zona sur.



PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE REMOLACHA AZÚCARERA Y AZÚCAR REFINADO (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2021/2022	2022/2023	2023/2024
REMOLACHA	2.506,3	2.071	2.861,8
AZÚCAR PRODUCIDO	342,2	286,5	418,8

Fuentes: MAPA, USDA y Comisión Europea (producción de campaña).

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE REMOLACHA AZÚCARERA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de toneladas)

CCAA	2021/2022	2022/2023	2023/2024
ANDALUCÍA	565,6	531,2	374,9
ARAGÓN	0	13,2	36
CASTILLA Y LEÓN	1.773,8	1.352	2.288
LA RIOJA	47,8	64,3	92,16
NAVARRA	6,9	17,3	34,3
PAÍS VASCO	110,7	92,2	35,2
OTRAS CCAA	1,5	0,9	1,3
TOTAL ESPAÑA	2.506,3	2.071	2.861,8

Fuente: MAPA

El grueso de la producción de remolacha azucarera se cultiva 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 ha estado muchos años a la cabeza en cuanto a los rendimientos por hectárea sembrada de remolacha en la Unión Europea y actualmente se mantiene entre las regiones más productivas.

En la campaña 2022/23, la producción nacional de remolacha azucarera se situó en torno a los 2,07 millones de toneladas, un 17% menos que en la campaña anterior. Por el contrario, en la campaña 2023/24, la producción de remolacha fue mayor, pues se recogieron 2,86 millones de toneladas, según los datos del Ministerio de Agricultura.

Diferenciando por regiones, de la producción total de remolacha en la campaña 2023/24 correspondieron a Castilla y León el 80% de la producción nacional; a Andalucía el 13,1%; a La Rioja el 3,2%; a Aragón el 1,3%; a País Vasco el 1,2% y a Navarra el 1,2%.

PRODUCCIÓN Y COMERCIO DE AZÚCAR

Como consecuencia, principalmente, de la menor producción de remolacha, en la campaña 2022/23, la producción nacional de azúcar quedó en 286.500 toneladas. Por su parte, en la campaña 2023/24 la producción de azúcar se recuperó por el mayor volumen de remolacha, hasta las 418.800 toneladas.

En España se necesitan anualmente cerca de 1,2 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 cada año.

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

España es netamente deficitaria en el sector del azúcar. Según los datos del Departamento de Aduanas, se importaron en 2023 un total de 1,7 millones de toneladas (caña, remolacha, otros azúcares y melaza), cifra superior a los 1,6 millones de toneladas del año anterior.

El grueso de estas compras fueron azúcar de caña y de remolacha (algo más de 1,5 millones de toneladas en 2023).

Respecto a las exportaciones, en volumen sumaron 139.618 toneladas, según datos de Aduanas, un 13% menos que en 2022. En este caso, el azúcar de caña y de remolacha sumó 74.028 toneladas, unas 20.000 toneladas menos.



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 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 cerca de 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 65% del total.

La superficie dedicada al cultivo de remolacha azucarera en las últimas campañas se ha mantenido en torno a los 1,5 millones de hectáreas, si bien en la campaña 2021/22 esta cifra se redujo hasta 1,41 millones hectáreas y en la campaña 2022/23, descendió hasta los 1,34 millones de hectáreas. Hay que tener en cuenta la salida de la UE del Reino Unido para entender mejor la rebaja de estas superficies.

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, Holanda y Polonia, pero en los últimos años países como 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 2022/23, la producción comunitaria de azúcar disminuyó hasta 14,6 millones de tone-

ladas, según los datos publicados por la Comisión Europea. Por su lado, en la campaña 2023/2024 aumentó la producción comunitaria de azúcar hasta 15,6 millones de toneladas, (en ambas campañas no están incluidas las producciones de Reino Unido, por su salida de la UE).

Con relación al uso de azúcar para consumo humano en la UE, en la campaña 2023/2023 se produjo un ligero descenso a nivel interno, hasta los 14,2 millones de toneladas. Por su lado, en la campaña 2023/24 el consumo interno aumentó hasta los 14,4 millones, según estimaciones de la Comisión Europea.

El grueso de este volumen es para el consumo humano y el resto es para usos industriales y para la producción de bioetanol. La UE en 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 ascendieron en la campaña 2022/23 a 2,6 millones de toneladas. Por su parte, en la campaña 2023/24 disminuyeron las importaciones hasta los 1,9 millones de toneladas.

La UE importa grandes cantidades de caña de azúcar para abastecer las necesidades del mercado interno. De hecho, es junto a China e Indonesia, los países que más azúcar de caña en bruto importan. Principalmente, la UE importa caña de azúcar para refinar procedente del área de países ACP (África, Caribe y Pacífico) y, en menor medida, de los países menos adelantados (PMA) en virtud de acuerdos preferenciales.

Además de importar azúcar de caña, la UE tiene que comprar fuera anualmente melazas y pulpas derivadas de la remolacha azucarera para alimentación animal y la industria química.

En cuanto a las exportaciones, en la campaña 2022/23 se vendieron en el exterior hasta 3,1 millones de toneladas, la mayor parte en productos procesados. Para la campaña 2023/24, se estimaban unas exportaciones de 3,9 millones de toneladas, según los datos de la Comisión Europea.

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 2022/23 se situó en 178 millones de toneladas, cinco millones más que en la campaña anterior. En la campaña 2023/24 siguió subiendo en consonancia con el aumento de la demanda mundial y superó los 180,2 millones de toneladas.

A nivel mundial los dos países que más azúcar producen son India y Brasil, que dependiendo de las condiciones climáticas o de la demanda de caña de azúcar para la producción de biocombustibles se alternan en la primera posición del ranking mundial.

India es también el primer país del mundo en consumo de azúcar en alimentación humana y, además, cada año incrementa su demanda. Por detrás de este país se sitúan la Unión Europea (con un consumo en alimentación más o menos estable), China y Estados Unidos.

PROCESO DE PRODUCCIÓN DE AZÚCAR

El azúcar es un endulzante de origen natural, constituido por sacarosa pura cristalizada. En sus diversas formas (líquido, en grano, etc.), el azúcar es un ingrediente muy importante en la industria alimentaria, 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.

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 cristizable (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. ■

AZÚCAR

Los altos precios mundiales del azúcar favorecieron un balance del año 2023 positivo para las industrias azucareras, a pesar de que la producción fue menor y el consumo interno volvió a bajar.

Según los datos de la Encuesta Industrial Anual de Productos, que publica el INE, en 2023 se produjeron en España un total de 605.344 toneladas de azúcar blanquilla, por un valor de 398,3 millones de euros. Comparando estas cifras con las del año precedente, se observó un retroceso en el volumen del 4% y un incremento en el valor del 15%.

Además de este volumen, las industrias produjeron 1.096 toneladas de azúcar sin refinar, pero este año no hubo producción (según los datos del INE) de azúcar con aromatizantes, colorantes, etc. (incluido jabe de arce).

Asimismo, también se produjeron en las industrias melazas de remolacha (107.121 toneladas) y pulpa de remolacha (290.238 toneladas).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el sector industrial del azúcar existen únicamente dos empresas productoras en España.

También operan en el sector varias empresas que se dedican a la comercialización (una de ellas fruto de la asociación entre la gran cooperativa productora española y otra cooperativa francesa), al envasado de azúcar y al mercado de edulcorantes.

La empresa líder en el sector de azúcar (AB Azucarera Iberia) nació en 1903 y actualmente forma parte de un grupo multinacional, AB Sugar Company, que a su vez es parte de Associated British Foods plc (ABF). El grupo, 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.

En España, Azucarera extrae azúcar de la remolacha que siembran agricultores de Castilla y León, Andalucía, La Rioja, Navarra y País Vasco. En 2023 volvió a aumentar su facturación como empresa hasta los 527,2 millones de euros, muy por encima de la cifra del año anterior.

La empresa desarrolla también novedades como el azúcar de coco, el azúcar ecológico de caña o el azúcar extrafino.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE AZÚCAR Y EDULCORANTES

EMPRESA	Mill. Euros
AB Azucarera Iberia, S.L.	527,27
S. Coop.General Agropecuaria (ACOR) * (2)	392
ACOR & Tereos Iberia, S.A. (ATISA)*	300
Zukan, S.L. *	130
Jesús Navarro, S.A. *	96
Promoción Mercantil Catalana,S.A (Promerca)*	15,45
Cortes Bartolomé, S.L. *	15
Galan Invest	13
BS Edulcorantes *	12
Azúcares Antoñin, S.L	4
Envasados Segovia.	2,3

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones. (2) Incluye la parte correspondiente en ATISA& Tereos y en otras empresas.

La segunda compañía dentro del sector azucarero es la cooperativa de Castilla y León ACOR, fundada en 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.

El resto de las empresas destacadas en el sector trabajan con azúcar importada y constituyen una mezcla de empresas especialistas españolas y de filiales de compañías multinacionales.

COMERCIO EXTERIOR

A pesar de contar con producción propia, España es un país que tradicionalmente ha importado azúcar. En 2023, las importaciones ascendieron a 1,53 millones de toneladas, un 8,6% más que en el año anterior, por un valor de 1.225 millones de euros, un 50,2% más.

Las importaciones procedieron principalmente de Francia, Brasil, Portugal, Bélgica y Países Bajos.

Por su parte, ese año se exportaron 74.028 toneladas, un 21% menos que en 2022, cuyo valor fue superior a los 82,7 millones de euros, un 16,4% más. Como destinos de esas ventas destacaron países como Francia, Portugal y Países Bajos.

EDULCORANTES

Al igual que sucedió en años anteriores, los edulcorantes registraron en 2023 una importante caída del consumo dentro de los hogares españoles.

Según los datos del Panel de Consumo que elabora el Ministerio de Agricultura, el consumo de edulcorantes en 2023 en los hogares españoles se redujo en volumen un 2,6% respecto al dato de 2022. Se consumieron en total 4,68 millones de kilos, por un valor de 62,6 millones de euros (un 2% menos). ■

CONSUMO Y GASTO EN AZÚCAR

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron un total de 119,6 millones de kilos de azúcar y gastaron 187,0 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 2,6 kilos de consumo

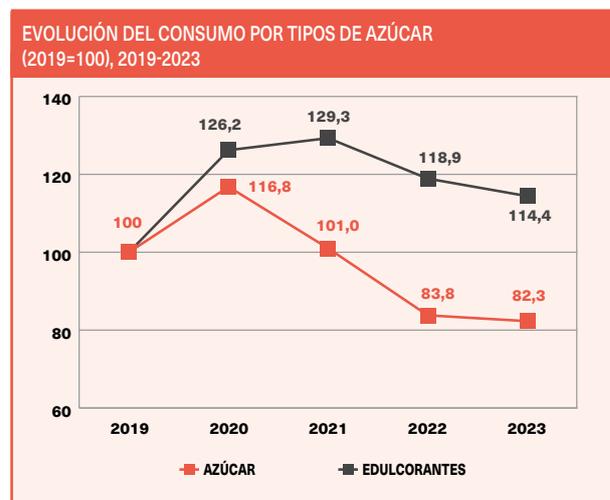
y 4,0 euros de gasto. En cuanto a los edulcorantes, el consumo total en hogares alcanzó los 4,7 millones de kilos y se gastaron 62,6 millones de euros en este producto; en términos per cápita, se llegó a 0,1 kilos de consumo y 1,3 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN AZÚCAR Y EDULCORANTES DE LOS HOGARES, 2023				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL AZÚCAR	119,6	2,6	187,0	4,0
TOTAL EDULCORANTE	4,7	0,1	62,6	1,3
STEVIA	0,6	0,0	16,1	0,3

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos años, el consumo de azúcar estaba descendiendo pero en el año 2020 se produce una recuperación motivada por los efectos de la COVID-19. En los dos ejercicios siguientes, el consumo vuelve a retroceder mientras que el gasto también vuelve a los valores previos a la pandemia. Sin embargo, en el año 2023 se ha producido una continuidad en el consumo pero con un incremento notable del gasto. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (3,6 kilos), mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el ejercicio 2023 (4,0 euros por consumidor).

En la familia de azúcar y edulcorantes, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 era descendente para ambos productos pero existe un repunte en el ejercicio 2020 motivado por los efectos de la COVID-19. Sin embargo, en los tres últimos años, la demanda de azúcar y de edulcorantes se reduce. Respecto a la demanda de 2019, el consumo de edulcorantes es superior pero en el caso del azúcar se ha producido un descenso.



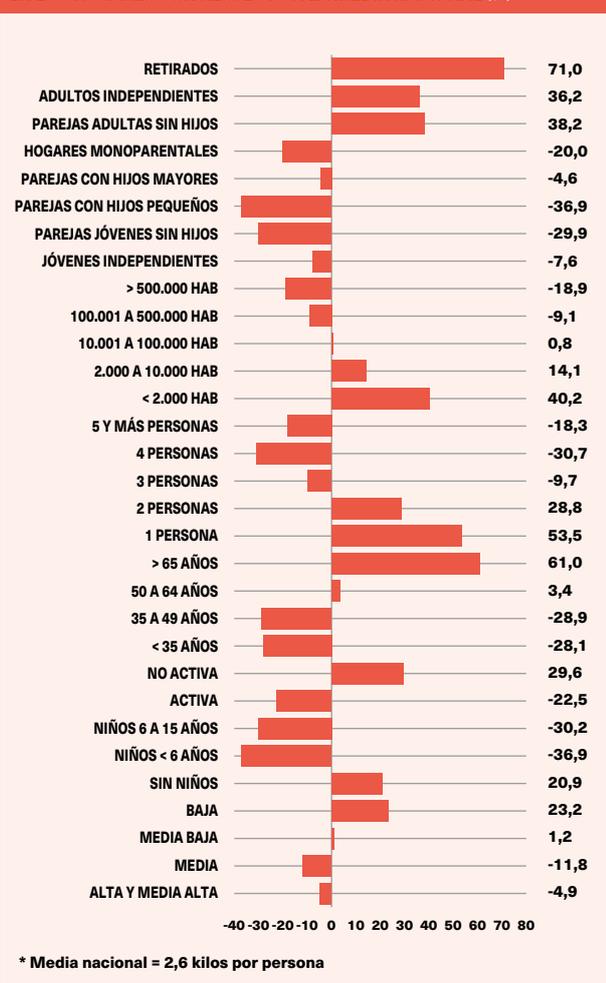
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de azúcar durante el año 2023 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 La Rioja cuentan con los mayores consumos de azúcar mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Aragón y Comunidad de Madrid.

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

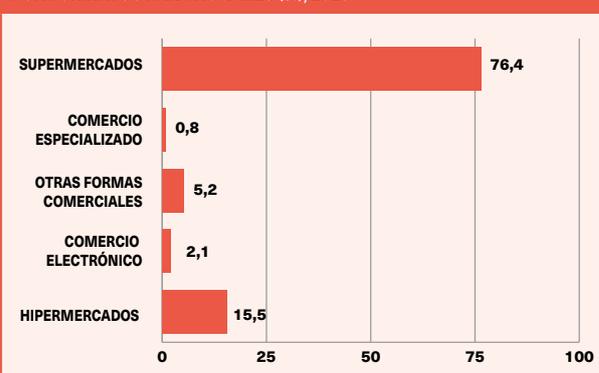


CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de azúcar a los supermercados (76,4% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 15,5% y el establecimiento especializado el 0,8%, mientras que comercio electrónico llega al 2,1% y las otras formas comerciales concentran el 5,2% restante. ■



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE AZÚCAR POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



CARAMELOS

De acuerdo con los datos de la Encuesta Industrial de Productos que elabora el INE, la producción de caramelos en 2023 se redujo un 28%, después de varios años de crecimiento. Se produjeron en total 49.876 toneladas, por un valor de 228,8 millones de euros (un 5% menos). El grueso de la producción (45.352 toneladas) eran caramelos de azúcar cocido, incluidos los rellenos.

Además de los caramelos, en 2023 la producción de gomas y otros artículos producidos a base de gelificantes (incluidas las pastas de fruta) sumaron 270.110 toneladas, por un valor de 818,1 millones de euros, según el INE.

Según los datos de PRODULCE, la asociación española que integra a las industrias del dulce (incluidas las principales empresas productoras de caramelos), el sector de los caramelos y chicles aportó en 2023 el 18,4% de toda la facturación total del sector del dulce en valor. Las cifras de PRODULCE (que hacen referencia sólo a las industrias integradas en la asociación) apuntan a una producción de 301.400 toneladas de caramelos y chicles, por un valor de 1.396,8 millones de euros, que comparados con el año anterior suponen un aumento del 20%.

De la producción total de estas industrias en 2023, el 73% fueron caramelos blandos; el 18% duros y el 9% chicles.

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.

Con respecto al consumo, el Panel de Consumo que publica el Ministerio de Agricultura apunta a que el consumo fuera del hogar de caramelos y chicles durante el año 2023 disminuyó ligeramente.

Del consumo total en volumen, más del 62 % corresponde a caramelos blandos; un 21 % a los duros y el resto a los chicles.

El consumo de caramelos y chicles en España está lejos de los niveles que tienen en 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

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CONFITERÍA

EMPRESA	Mill. Euros
Sánchez Cano, S.A. (Golosinas Fini) - Grupo	470
Ferrero Ibérica, S.A. *	314,6
Vidal Golosinas, S.A. - Grupo	241
Lacasa, S.A. - Grupo *	231,3
Haribo España, S.A.U.	210
Mars Multisaes Spain, S.L. (División Confitería) *	190
Chupa Chups, S.A.U.*	124
Mondelez España - División Confitería	57,2
Cantalou, S.A. *	45,5
The Candy & Toy Factory, S.L	24

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023 *Incluye la facturación de otras producciones.

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 2023 el 49% del consumo de todos estos productos se distribuyó por el canal alimentación, mientras que el 51% lo hizo por el canal "impulso", que está compuesto por algo menos de unos 300.000 puntos de venta, entre los que aparecen quioscos, tiendas de venta al peso, panaderías, máquinas especiales en cafeterías y bares, estancos, gasolineras, puestos en mercadillos, etc.

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 estima 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.

En los últimos años, la distribución organizada ha adquirido una gran importancia en la venta de caramelos y chicles. Hoy en día los hipermercados y supermercados acaparan más del 50% de las ventas en valor de estos productos.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La concentración empresarial y la presencia de grandes grupos multinacionales son los dos rasgos que más definen a la estructura del sector empresarial de este subsector.

Los cinco primeros fabricantes, entre los que se encuentran cuatro filiales de compañías multinacionales, acaparan cerca del 55% de todas las ventas.

No obstante, la gran volatilidad de las demandas y la variabilidad de los gustos está permitiendo que grupos de tamaño medio tengan su oportunidad en el mercado, ya que muestran una mayor capacidad de reacción y adaptabilidad, lo que les hace arañar cuotas de mercado.

La sectorial de caramelos y chicles de PRODULCE está formada por 25 empresas, que facturaron 1.396,8 millones de euros en 2023, un 20,1% más que en el año anterior. Estas empresas sacaron al mercado una producción de 301.400 toneladas de caramelos y chicles.

Cataluña es la comunidad autónoma donde se encuentra radicado un mayor número de estas empresas, con una cuota que ronda el 30% del total. Sin embargo, entre las primeras empresas del sector se encuentran varias de Murcia.

Las marcas de distribución (MDD), que en los últimos años habían estado conquistando cuota de mercado, se estancaron en 2023

COMERCIO EXTERIOR

El subsector de los caramelos y chicles volvió a ser en 2023 el más exportador dentro de la industria del dulce. De acuerdo con los datos de PRODULCE, que hacen referencia a las empresas inscritas



en la asociación, aumentaron las exportaciones en valor un 21,1% (en el año anterior lo habían hecho un 31%), hasta alcanzar los 779 millones de euros. Sin embargo, en volumen se produjo una caída del 3,7%, hasta las 211.600 toneladas.

Ese año, según PRODULCE, también disminuyeron las importaciones en volumen (1%), pero no en valor (14,3% más). Se importaron 24.700 toneladas por un valor de 115,3 millones de euros.

Los países de la Unión Europea constituyen el principal mercado de destino de estas exportaciones, con el 62,9 % del valor total de las exportaciones en 2023, según datos de PRODULCE. A continuación están América, con una cuota del 24,7 %, Asia (8,9%), África (2%) y el resto de los países del mundo (1,5 %).

Con relación al año anterior, en 2023 crecieron las ventas a Europa (5%) y bajaron en el resto de mercados.

Por países, Estados Unidos se consolidó como el primer destino de estas exportaciones y además registró un aumento en 2023, 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 y Portugal.

En cuanto a la procedencia de las importaciones, casi el 92% de todo lo que se compró en 2023 procedió del mercado comunitario. Alemania destacó como principal proveedor, seguido de Países Bajos y Francia. Otros países europeos a los que España compró chicles y caramelos fueron Bélgica y Turquía. ■

TURRONES Y MAZAPANES

El sector industrial del turrón y el mazapán tuvo un 2023 muy marcado por la incertidumbre, pues subieron los precios de las materias primas y los costes de la energía. La producción descendió en volumen, pero la facturación conjunta de las empresas fue mayor. Lo mismo ocurrió con las exportaciones.

Según los datos de la Asociación Española del Dulce (PRODULCE), la producción total de turrónes, mazapanes y otros dulces navideños ascendió a 30.200 toneladas, un 1,5% menos que el año anterior. Hay que tener en cuenta que los datos de PRODULCE hacen referencia a las producciones de las empresas que forman parte de la asociación, no a todo el sector del turrón. La mayor parte de esa producción (23.300 toneladas), se destinó al mercado nacional y el volumen comercializado en el interior fue muy superior al del año precedente (2,8% más, según datos de PRODULCE).

En el aumento de las ventas en el mercado nacional ha influido la apertura en las grandes ciudades de tiendas especializadas en este tipo de productos, que abren sus puertas durante todo el año y están enfocadas al turismo.

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 de la industria del dulce y aporta cerca del 2% del volumen total de las ventas de esa industria.

Dentro del grupo, los turrónes son los que más aportan, pues representan el 85% del valor total generado y el 74,5% del volumen. Por su lado, los mazapanes aportan el 4,6% del valor y el 2,9% del volumen.

Si bien es cierto que todavía hoy los turrónes y mazapanes siguen siendo los protagonistas gastronómicos de la Navidad en las mesas españolas, 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.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR TURRONES Y DULCES DE NAVIDAD

EMPRESA	Mill. Euros
Lacasa, S.A. Grupo (*)	231,3
Delaviuda Confectionery Group (*)	135,8
Grupo Sanchís Mira, S.A. *	110
Torróns Vicens, S.L. *	85
Mondelez España (División Confitería)	57,2
Dulces Olmedo García, S.L. (*)	43,5
Confectionary Holding, S.L.*	26,2
Turrónes Picó, S.A	21
Galván Fernández Hermanos, S.L	16
Turrónes José Garrigos, S.A	14

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. Incluye la facturación de otras producciones

Según los datos de PRODULCE, en 2023 el 93,9% de las ventas de turrónes y mazapanes se produjo en el canal de alimentación, aunque el canal impulso mejoró sus posiciones ese año por la proliferación de tiendas propias y los acuerdos con cadenas de distribución.

Las empresas hicieron en 2023 un gran esfuerzo por innovar, con acciones como el rediseño de productos, la ampliación de la gama, la reformulación o la innovación radical. A este respecto, las producciones que tienen un valor añadido y las novedades lanzadas cada año por las empresas del sector, encuentran muy buena acogida en los consumidores, tanto nacionales como extranjeros.

El lanzamiento de turrónes con nuevos sabores y nuevas presentaciones (snacks, barritas, etc.) hacen posible que la oferta se mantenga en los lineales fuera del periodo navideño. El sector industrial ha hecho una clara apuesta por el chocolate y también por el consumidor infantil.

En sentido contrario, el consumo de polvorones y mantecados (dulces típicos navideños muy ligados a los turrónes y mazapanes), lleva años en retroceso.

El producto más vendido en 2023 siguió siendo el turrón de chocolate, que según datos de la consultora Circana representa casi la mitad de las ventas totales en libre servicio (supermercados e hipermercados). Aunque siguió siendo líder con mucha diferencia, en 2023 se apreció una caída de ventas de los distintos turrónes de chocolate. Por su lado, las variedades tradicionales (turrón de Alicante y de Jijona) también descendieron en ventas, mientras que por el contrario aumentaron las de torta de turrón y otras especialidades.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Este sector se encuentra dominado por unos pocos y grandes grupos empresariales, que actualmente están centrados en fomentar la desestacionalización del consumo interno, en las novedades y en la exportación.

La asociación PRODULCE integra a 6 compañías de este sector, entre las que se encuentran las principales empresas turroneiras del país.

Según sus datos, la industria española de turrón y mazapán cerró 2023 con un incremento del 6,9% en su facturación respecto a los resultados del ejercicio anterior, hasta alcanzar los 347,9 millones de euros.

Atendiendo a sus facturaciones, el primer grupo productor de turrónes y dulces de navidad registró unas ventas de 135,8 millones de euros en el año 2023, de los cuales unos 53 corresponderían al negocio de turrónes y dulces navideños.

Este grupo, que lidera las ventas de turrón de chocolate con casi el 16% del mercado, batió su propio récord de facturación.

El segundo grupo empresarial en el ranking superó los 110 millones de euros (de los que 56 corresponderían a turrónes y mazapanes) y el tercer grupo se acercó a los 85 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 8.600 toneladas en 2023 y la segunda en menos de la mitad. En cuanto a los dulces navideños, la primera empresa del sector sacó al mercado cerca de 4.600 toneladas, la segunda 3.500 t. y la tercera 2.800 t.

Las marcas de distribución (MDD) han alcanzado una gran importancia en este mercado, con unas ventas en



libre servicio que suponen el 58% del total en volumen en 2023, mientras que la primera oferta de marca de fabricante (MDF) tuvo una cuota del 16,5%.

Muchos fabricantes de turrónes 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 (Lleida).

COMERCIO EXTERIOR

El sector es contribuyente neto a la balanza comercial del dulce, pues sólo se contabilizan exportaciones, ya que no hay importaciones.

Las exportaciones de turrónes y dulces navideños constituyen un componente fundamental para asegurar la supervivencia de las principales empresas del sector. Estos dulces son muy reconocidos en el extranjero como productos españoles con un alto valor añadido.

Cerca de un 22,8% de la producción total en volumen se destinó en 2023 a los mercados exteriores

Tras años de continuos crecimientos de las ventas, en 2023 el valor de las exportaciones de las empresas asociadas a PRODULCE aumentaron un 3,7% hasta llegar a 69,6 millones de euros. El volumen exportado llegó a 6.900 toneladas, un 13,8% menos.

Dentro de este grupo de dulces, los turrónes son los más exportados (representaron el 90% del total del volumen exportado en 2023 y el 92,3% del valor de ventas, porcentajes ambos superiores a los del año precedente). Por detrás se situaron los mazapanes (3,2% en volumen y 2,3% del valor) y el resto de especialidades.

En cuanto a los destinos de estas exportaciones, la Unión Europea concentró el 69,1% de las exportaciones, con países como Portugal, Francia, Italia y Alemania como principales destinos. En 2023 se produjo una fuerte caída de ventas a Polonia.

Sin embargo, por países son Reino Unido y Estados Unidos los que más turrónes y mazapanes compran anualmente. En 2023 crecieron las exportaciones a ambos destinos.

Por su lado, las importaciones de este tipo de productos apenas tienen importancia y tienden a concentrarse en los "panettones" y "pandoros" italianos, aunque ese comercio ha disminuido mucho debido a que los principales fabricantes españoles han comenzado a producirlos también en nuestro país. ■

CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 32,8 millones de kilos de productos navideños y gastaron 369,5 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,7 kilos de consumo y 7,9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los mantecados y polvorones (0,2 kilos por persona y año), y a los turrões (0,2 kilos per cápita). El resto de los produc-

tos navideños supusieron un consumo de 0,3 kilos per cápita al año. En términos de gasto, los turrões concentran el 34,2%, con un total de 2,7 euros por persona, seguido de los mantecados y polvorones, con un porcentaje del 17,7% y un total de 1,4 euros por persona al año, y de los mazapanes, con el 3,8% y 0,3 euros per cápita al año. El resto de los productos navideños suponen el 44,3% del gasto, con 3,5 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS DE LOS HOGARES, 2023

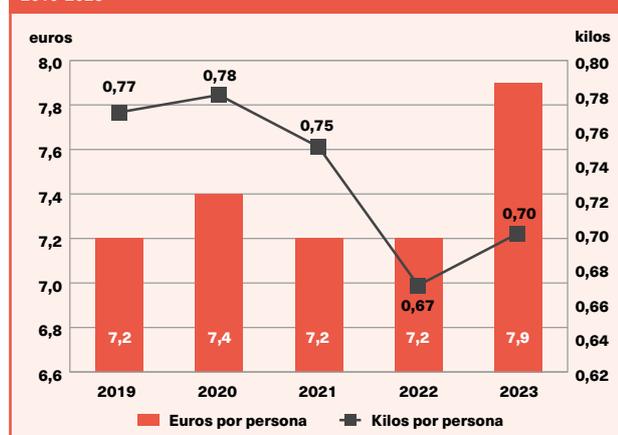
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PRODUCTOS NAVIDEÑOS	32,8	0,7	369,5	7,9
MANTECADOS Y POLVORONES	9,4	0,2	65,9	1,4
MAZAPANES	1,0	0,0	11,9	0,3
TURRONES	9,1	0,2	128,3	2,7
OTROS PRODUCTOS NAVIDEÑOS	13,4	0,3	163,4	3,5

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

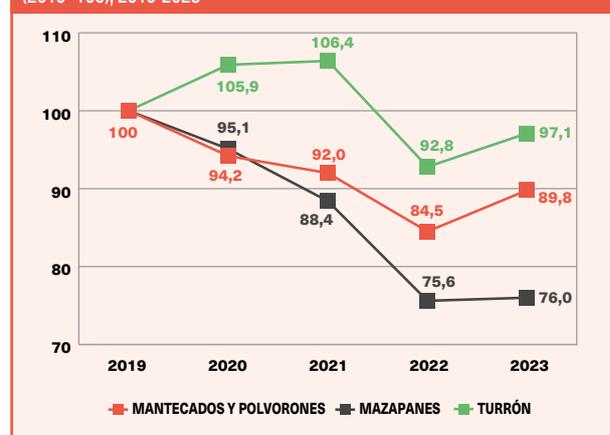
Durante los últimos cinco años, el consumo de productos navideños ha descendido casi en 0,1 kilos por persona aunque el gasto ha aumentado en 0,7 euros por persona. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produjo en el ejercicio 2020 (0,78 kilos por persona) mientras que el gasto más significativo se produce en el año 2023 (7,9 euros por consumidor).

En la familia de productos navideños, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2019, en el consumo de mazapanes, mantecados y polvorones y turrões se produce un descenso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN PRODUCTOS NAVIDEÑOS, 2019-2023



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS (2019=100), 2019-2023



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

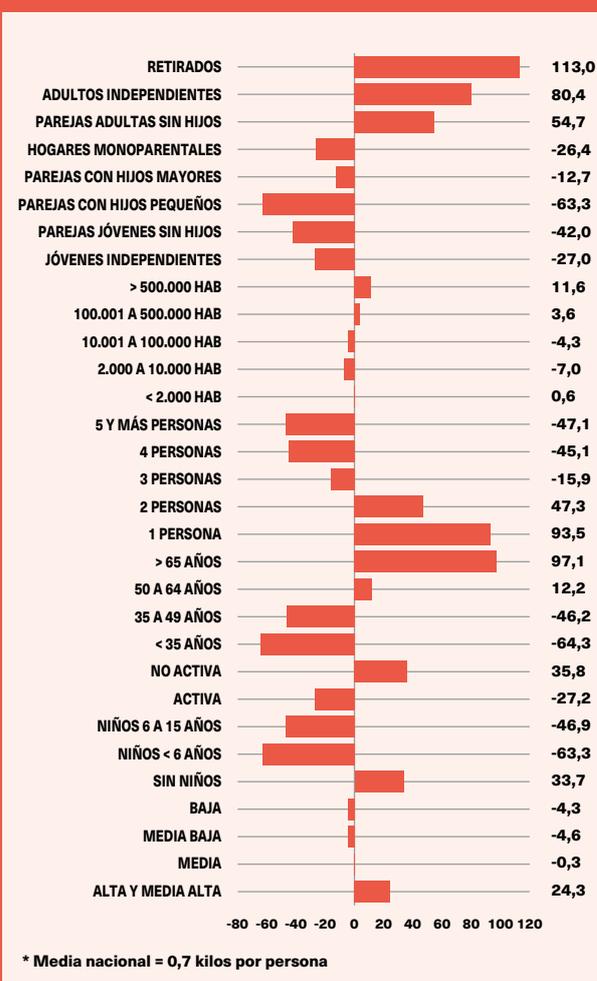
En términos per cápita, el consumo de productos navideños durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de productos navideños, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de productos navideños es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de productos navideños es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de productos navideños, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el tamaño del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de productos navideños, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos 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 y Cataluña cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a La Rioja, Extremadura y Comunidad Valenciana.

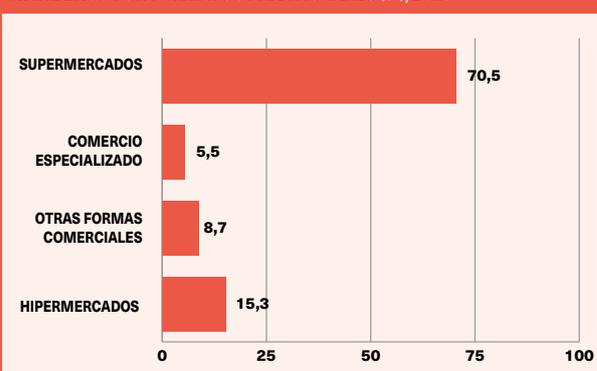
CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de productos navideños a los supermercados (70,5% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 15,3%. Los establecimientos especializados acaparan el 5,5%, y las otras formas comerciales concentran el 8,7% restante. ■

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



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS NAVIDEÑOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



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.



Torró d'Agramunt

(Turrón de Agramunt)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Indicación Geográfica Protegida ampara la zona de producción y elaboración de turrón en el término municipal de Agramunt, al oeste de la provincia de Lleida.

CARACTERÍSTICAS: La categoría Suprema contiene un 60% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo, azúcar, jarabe de glucosa y oblea. La categoría Extra se compone de un 46% de avellana o almendra, un 10% de miel, un 1% de clara de huevo, azúcar, jarabe de glucosa y oblea. La elaboración se inicia con la cocción de la miel y, en su caso, el azúcar y la glucosa con clara de huevo. A continuación se incorporan las avellanas o las almendras. Se trabaja la pasta para formar tabletas redondas o rectangulares recubiertas de oblea. Las tabletas se comercializan en formatos que van de 15 g a 1 kg.

DATOS BÁSICOS: En el registro del consejo regulador figuran inscritas 6 empresas que elaboran y comercializaron en el 2023 86.300 kilos de turrón con IGP Turrón de Agramunt.

MIEL



En los últimos años se ha producido un incremento en el censo de apicultores y de colmenas, que no se ha traducido en un incremento de la producción debido a las enfermedades que afectan a las colmenas y también a la sequía, que ha provocado graves pérdidas a los apicultores.

A nivel nacional, el valor anual de las aportaciones del sector de la miel a la renta agraria (que incluye también el polen y la cera) representa aproximadamente el 0,40% de la Producción Final Ganadera y el 0,15% de la Producción Final Agraria. El valor económico de estas producciones ronda los 68 millones de euros al año.

En 2023 el número de explotaciones apícolas en España ascendía a 36.494, un 0,6% más que un año antes. El 17% de esta cifra total de apicultores eran profesionales ganaderos, con más de 150 colmenas cada uno.

Estos datos constatan el alto grado de profesionalización de la apicultura española, que está muy por encima de la media de la Unión Europea.

TIPOS DE MIEL

La producción de miel es muy variada por los tipos de flores, plantas y árboles de las que se nutren las abejas. También es muy irregular, pues depende mucho de la climatología y de la floración de las plantas.

En el mercado hay mieles que se comercializan con dos presentaciones básicas para su consumo: cristalizada y líquida.

Sin embargo, aunque su aportación económica es mucho más pequeña que la de otros sectores ganaderos, hay que destacar el papel fundamental de las abejas y la apicultura en la conservación del medio ambiente y en la polinización de los cultivos.

Además, desde el punto de vista social y medioambiental la producción de miel tiene gran importancia en España, pues el sector contribuye a fijar población en el medio rural y mantiene los ecosistemas y la biodiversidad.

La 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 contar con un alto número de apicultores pequeños, así como también por no practicar la trashumancia y por producir miel y polen muchas veces para autoconsumo.

Por su parte, en el centro y sur del país, especialmente en el sureste mediterráneo, predomina una apicultura más profesionalizada, en la que se practica la trashumancia con las colmenas en busca de una mayor productividad.

EXPLOTACIONES APÍCOLAS

Castilla y León cuenta con el mayor número de explotaciones apícolas, seguida de Galicia y Andalucía. En cuanto al número de colmenas, el censo nacional en 2023 se situó por encima de los 3 millones de unidades. El grueso de las colmenas se distribuían entre cuatro regiones: Extremadura (22%), Andalucía (20%), Castilla y León (14%) y la Comunidad Valenciana (11%).

Asimismo, el grueso de estas colmenas (el 81%) eran trashumantes y el resto "estantes" o sin declarar sistema productivo. La producción de una colmena "fija" viene a ser la mitad de una trashumante, pues depende mucho de la floración de la zona donde se haya establecido. De ahí que en los últimos años este tipo de colmenas se hayan incrementado. La producción de cera es del orden de 0,8 kilos por colmena y la de polen de 0,5 kilos.

PRODUCCIÓN NACIONAL DE MIEL

En los últimos años, la sequía y las enfermedades de las abejas han provocado una caída drástica de la producción nacional de miel. En 2023, la producción rondó las 28.000 toneladas, muy por debajo de la media de los últimos cinco años, según estimaciones. Aunque hubo descensos de producción en todas las regiones debido a los efectos de la sequía y a las enfermedades de las abejas, Andalucía se mantuvo como la primera comunidad productora.

Además de miel, de las colmenas se obtiene también una pequeña producción de polen y de cera. En 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 DE MIEL

En cuanto al comercio, en 2023 el saldo de la balanza fue de nuevo negativo porque las importaciones siguieron siendo muy superiores a las exportaciones.

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE MIEL Y CERA (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2021	2022*	2023*
MIEL	34,06	27,4	28
CERA	1,85	1,6	1,7

FUENTE: MAPA (*) Estimación

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

PRODUCTO	2021	2022	2023
MUNDO	1.799,0	1.843	1.844
UE	228,3	285,7	286
ESPAÑA	34,06	27,4	28

FUENTES: FAO, EUROSTAT y MAPA (*) Estimación

COMERCIO DE MIEL (Miles de toneladas)

	2021	2022	2023
IMPORTACIÓN	31,62	37,64	31,34
EXPORTACIÓN	28,44	28,15	27,7

FUENTE: Datacomex.

Según los datos de Comercio, las importaciones sumaron 27.700 toneladas, un 2% menos que en 2022, mientras que las exportaciones ascendieron a 31.340 toneladas, un 17% menos.

La mayor parte de las exportaciones en volumen fueron a los países de la UE y la mayor parte de las importaciones de miel procedió de países terceros. China es el principal proveedor de miel de España, con casi el 90% del total y, por detrás del país asiático, se sitúan Argentina y Ucrania.

En cuanto a los países comunitarios, Portugal por su proximidad es el país que más miel vende a España, pero el volumen es menor que el de China.

Respecto a las exportaciones españolas de miel, el grueso se envían a la Unión Europea, con Francia como principal destino, seguida de Alemania, Portugal e Italia.

LA MIEL EN LA UE

El sector de la miel en la Unión Europea es pequeño, pero muy importante para la polinización de plantas y cultivos. La Unión Europea es la segunda productora de miel del mundo, por detrás de China y a nivel comunitario, España es el primer país productor de miel, seguido de Rumanía, Hungría y Alemania.

En 2023 había cerca de 20,27 millones de colmenas en toda la UE, un 1% más que en 2022. De esa cifra total,

un 14% de las colmenas estaban en España; un 12% en Rumania; un 11% en Grecia; un 10% en Polonia un 9% en Francia; un 8% en Italia un 6% en Hungría; un 5% en Alemania; un 4% en Bélgica y otro 4% en Portugal. Asimismo, ese año había también unos 710.825 apicultores registrados en la UE, de los que 149.105 eran alemanes.

Aunque hay países que tienen más apicultores que otros, 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. Así, en Grecia cuenta con casi 100 colmenas de media por apicultor (80 en España), mientras que en Alemania el número baja hasta las 7 colmenas.

La producción de miel en la Unión Europea para 2023 alcanzó un volumen próximo a las 286.000 toneladas, un 1% más que en el año anterior. Alemania, Francia y Rumania fueron los tres países con mayor producción.

Respecto al comercio de miel, a pesar de ser el segundo productor del mundo a nivel mundial, la Unión Europea es netamente importadora, ya que su nivel de autoabastecimiento es bajo. Las importaciones son necesarias para cubrir el consumo interno de la UE y la balanza comercial es deficitaria porque las importaciones son muy superiores a las exportaciones. De hecho, la UE representa el 30% de todas las importaciones mundiales de miel. En 2023, las importaciones se redujeron un 14% hasta las 163,705 toneladas, según datos de Eurostat. Ese volumen de compras fue el más bajo de los últimos cuatro años.

China fue de nuevo en 2023 el país que más miel vendió a la UE, por delante de Ucrania, Argentina y México. En concreto, según datos de Eurostat, China vendió a la UE un total de 60.177 toneladas de miel, un 12% menos que en 2022. Por su parte, Ucrania exportó a la UE 45.822 toneladas de miel, casi lo mismo que un año

antes. No obstante, el valor de las compras a Ucrania fueron muy superiores a las de China.

Como en años anteriores, Alemania fue el país que más miel compró a terceros países (cerca de 40.998 toneladas en 2023), seguido de Bélgica, Polonia, España y Francia.

En cuanto a las exportaciones comunitarias de miel, en 2023 la UE vendió unas 24.849 toneladas de miel, un 10,3% menos que un año antes. El valor de estas ventas fue de 145,9 millones de euros, un 10% menos.

Un año más, el principal destino de las exportaciones de miel comunitaria fue el Reino Unido (17,4% del total), seguido de Arabia Saudí (14,3%), Suiza (13,5%) y Estados Unidos (13,2%). Las exportaciones comunitarias sólo representan el 4,4% del total mundial. Por países, Alemania fue el que más vendió a países terceros, seguido de España y Hungría, a muy larga distancia.

PRODUCCIÓN Y COMERCIO MUNDIAL DE MIEL

A nivel mundial, la producción de miel se situó en 2023 en 1,8 millones de toneladas, un volumen superior al producido un año antes. Los países con mayor producción a nivel mundial fueron China (cerca del 26% del total), la Unión Europea en su conjunto (16%), Turquía (6%), Argentina (4%), Irán (4%), Ucrania (4%), India (4%) y Rusia (3%).

Las importaciones mundiales descendieron hasta las 561.215 toneladas, por un valor de más de 1.913 millones de euros. Estados Unidos fue el país que más miel importó a nivel mundial, seguido de la UE, Japón y Canadá.

Por su lado, las exportaciones mundiales se estimaron en cerca de 560.706 toneladas y en este caso, el primer país exportador fue China, seguido de India y Argentina. ■

MIEL

La base productiva del sector apícola estaba formada en 2023 por unas 36.000 explotaciones de las cuales el 60% eran estantes y el resto trashumantes. La región con más explotaciones apícolas es Castilla y León, seguida muy de cerca por Andalucía y Galicia.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de las empresas comercializadoras de miel está compuesto por un gran número de pequeños

operadores, pues sólo 8 tienen facturaciones por encima de los 10 millones de euros.

La Asociación de Comerciantes y Envasadores de Miel (ASEMIEL-ANIMPA) se constituyó en 1996, con el objeto de representar, gestionar y defender los intereses de las industrias asociadas, tanto a nivel nacional como europeo. Actualmente representa al 90% del sector nacional y es miembro de pleno derecho de la Federación Europea de Envasadores y Distribuidores de Miel.

La primera empresa por el valor de sus ventas facturó en 2023 cerca de 33 millones de euros. La segunda, facturó 32 millones y la tercera, que es un grupo con actividad en otros sectores como la pastelería, la bollería o las infusiones, facturó 28 millones.

El resto de las 10 primeras empresas en el sector obtuvieron unas facturaciones que oscilaron entre los 25 y los 9 millones de euros. Todas ellas aumentaron su facturación en el año 2023, con respecto al ejercicio anterior.

Las marcas de distribución (MDD) están muy introducidas en los lineales de supermercados e hipermercados.

Toda la miel comercializada en España, independientemente del origen, tiene todas las garantías de autenticidad y pureza. Antes de autorizar la importación de miel, la UE realiza auditorías en origen para asegurarse de que los productos que entran en Europa tienen todas las garantías.

Asimismo, los envasadores españoles de miel trabajan junto con las administraciones para conseguir un control total y exhaustivo de todas las mieles importadas.

Cuando se trata de miel española, en el etiquetado se tiene que explicitar como tal y en el caso de que se trate de una combinación de mieles de diferentes orígenes, también se tiene que especificar.

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones de miel ascendieron a 27.762 toneladas en 2023, un 1,4% menos que en el año anterior, según datos de Comercio. Asimismo, el valor de esas ventas fue inferior en un 5,5%, llegando a 106,85 millones de euros.

Por su lado, el valor de las importaciones fue de 63 millones de euros, un 29,8% menos que en el año an-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LA MIEL

EMPRESA	Mill. Euros
Maes Honey Inter. S.L.U	33
Apisol, S.A.	32
Honeygreen, S.A	28
Mielso, S.A.	25
Granja San Francisco, S.L. *	22,2
Naturval Apícola, S.L	17
Primo Mendoza, S.L.	15
Reina Apícola Levantina, S.L	13
Euromiel, S.C.L.	12
Hernando Hurtado, S.A	9

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023 *Incluye la facturación de otras producciones.

PRINCIPALES REGIONES PRODUCTORAS DE MIEL (Miles de toneladas)

CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	6,82	6,0	6,1
ARAGÓN	1,36	1,2	1,3
C.VALENCIANA	3,75	3,3	3,4
CASTILLA Y LEÓN	4,77	4,2	4,3
CASTILLA-LA MANCHA	2,39	2,1	2,2
CATALUÑA	1,36	1,2	1,2
EXTREMADURA	7,5	6,0	6,0
GALICIA	2,38	2,1	2,2
OTRAS CC.AA	3,7	1,3	1,4
TOTAL	34,06	27,4	28

FUENTE: MAPA y * estimación

terior, con un volumen de 31.380 toneladas, un 16,6% menos.

En los últimos cinco años, las exportaciones e importaciones se han mantenido en volumen, pero no en valor ya que los precios se han incrementado notablemente en esos años. ■



CONSUMO Y GASTO EN MIEL

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 15,8 millones de kilos de miel y gastaron 119,0 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 0,3 kilos de consumo y 2,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la miel envasada (0,2 kilos por persona y año), 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, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL MIEL	15,8	0,3	119,0	2,5
GRANEL	5,1	0,1	47,5	1,0
ENVASADA	10,8	0,2	71,5	1,5

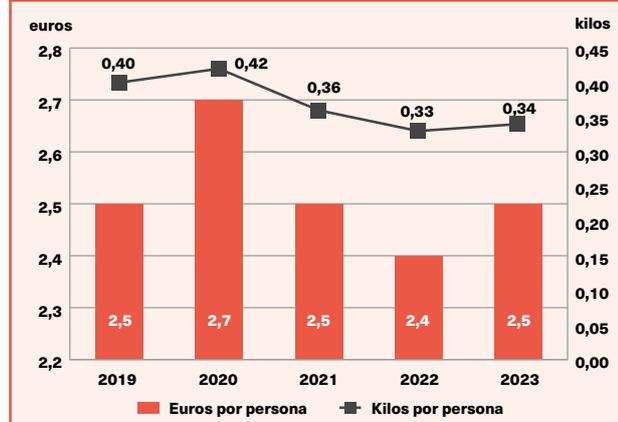
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

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 los años siguientes. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produjo en el año 2020, con 0,42 kilos, mientras que el mayor gasto también tuvo lugar en el ejercicio 2020 (2,7 euros por consumidor).

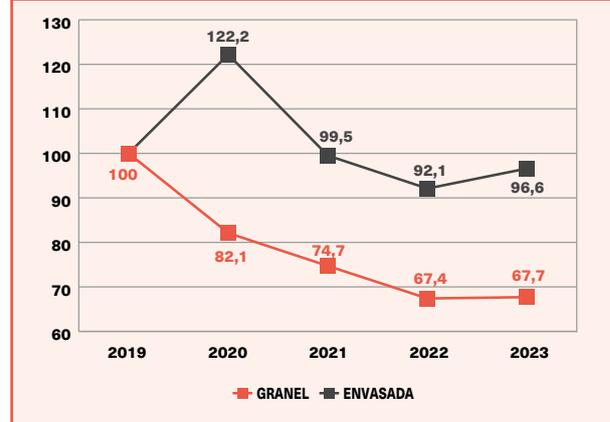
En la familia de la miel, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido desigual para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2019, tanto en el consumo de miel a granel como en el consumo de miel envasada se advierte un retroceso.



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN MIEL, 2019-2023



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE MIEL (2019=100), 2019-2023

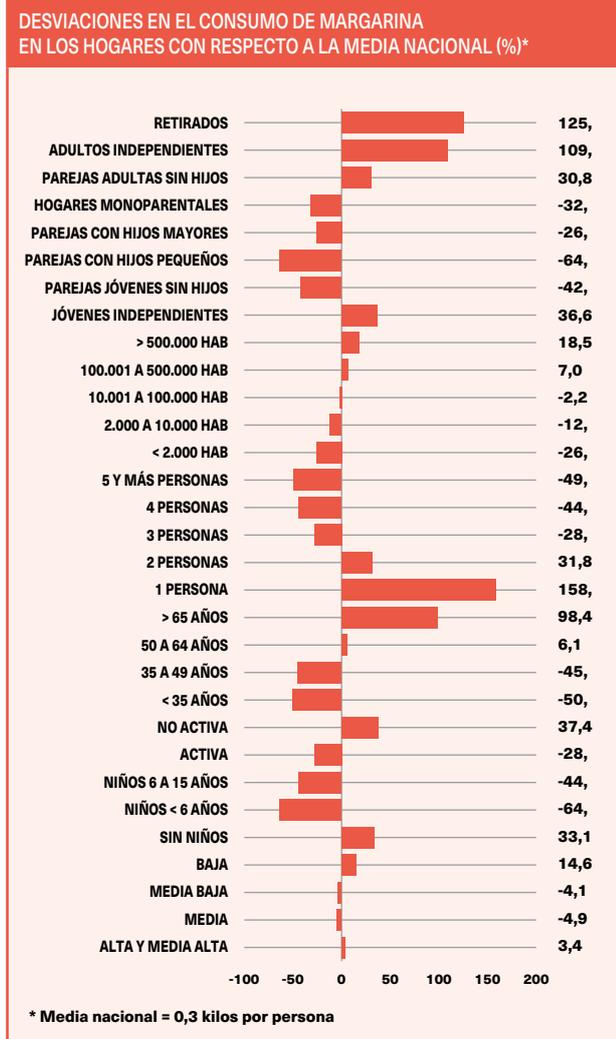


DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de miel durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

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

- índices más reducidos se registran conforme va aumentando el número de miembros del hogar.
- Los consumidores que residen en núcleos de población de más de 500.000 habitantes cuentan con el mayor consumo per cápita de miel, mientras que los menores consumos tienen lugar en municipios 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, Baleares, Navarra y Asturias cuentan con los mayores consumos de miel mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Cantabria y Castilla-La Mancha.



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de miel a los supermercados (49,9% de cuota de mercado). El comercio especializado alcanza en este producto una cuota del 13,6%, el hipermercado representa el 11,6%, y el autoconsumo el 3,0%. Los mercadillos suponen el 3,6%, y las otras formas comerciales concentran el 18,3% 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

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

MIEL DE TENERIFE *

CANTABRIA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MIEL DE LIÉBANA

MARCA "CALIDAD CONTROLADA"

MIEL

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MIEL DE LA ALCARRIA *

COMUNIDAD VALENCIANA

MARCAS DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

MIEL DE AZAHAR

MIEL DE ROMERO

EXTREMADURA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

MIEL VILLUERCAS-IBORES *



GALICIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

MEL DE GALICIA * (MIEL DE GALICIA)

MADRID

ALIMENTO DE CALIDAD DE LA COMUNIDAD DE MADRID

MIEL DE LA SIERRA DE MADRID

LA RIOJA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

MIEL

PAÍS VASCO

EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

EZTIA (MIEL)

* Inscrita en el Registro de la UE



Mel de Galicia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La IGP ampara la miel producida en Galicia mediante procesos artesanales, comprendiendo las montañas y valles gallegos donde tradicionalmente se obtiene miel, aprovechando la gran riqueza y variedad de la flora de esta comunidad autónoma.

CARACTERÍSTICAS: La miel se produce en colmenas movilizadas, sin ningún tipo de tratamiento químico ni de alimentación de las abejas. Su obtención se realiza por decantación o centrifugación y el envasado es artesanal, lo que preserva todas las propiedades naturales de la miel. La IGP protege exclusivamente a la miel producida y envasada en su zona de producción y que se ajuste a las normas de calidad establecidas. Los tipos de miel amparados según su origen botánico son: miel multifloral, monofloral de eucalipto, de castaño, de zarza y miel monofloral de brezo.

DATOS BÁSICOS: La IGP Mel de Galicia acoge a 31.581 colmenas pertenecientes a 341 apicultores. Están inscritas 35 plantas envasadoras, que durante el año 2011 certificaron 348.318 kilos de miel, de los cuales se comercializaron como IGP más de 342.956 kilos.

Miel de Granada

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción comprende todos los municipios de la provincia de Granada, aunque la mayoría de los apicultores se concentra en Lanjarón, Ugíjar, Orgiva, Otívar, Motril, Dúrcal, Padul, Huéscar y Granada.

CARACTERÍSTICAS: La normativa regula y protege tres variedades de miel: monofloral (de castaño, romero, tomillo, aguacate, naranja, azahar y cantueso), de la sierra y multifloral. Los envases deberán ser de vidrio transparente e incoloro y con cierre hermético para no alterar las cualidades del producto. En el envase figura como novedad la inclusión de información sobre los parámetros de calidad enzimática, es decir, la capacidad terapéutica de la miel.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 79 apicultores y casi 12.300 colmenas que producen y comercializan más de 156.000 kilos de miel al año, de los que 55.600 kilos se venden con DOP.

Miel de La Alcarria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida ampara la producción de miel en la comarca natural de La Alcarria, que se extiende por las provincias de Guadalajara y Cuenca y cuya superficie total es de 10.354 km². En este maravilloso lugar, rico en plantas aromáticas

silvestres, la producción de miel es una actividad de gran arraigo y tradición popular.

CARACTERÍSTICAS: La Miel de La Alcarria es exclusivamente floral. Esta miel natural conserva todas sus propiedades y características originales. Se reconocen tres tipos atendiendo a su origen floral, dos monoflorales: romero y espliego, y una miel multifloral. La comercialización se realiza en tarros de cristal.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos 45 productores, que manejan 10.337 colmenas, y 18 industrias de envasado. En 2011, la producción total ha sido de 178.820 kg y la comercialización con Denominación de Origen Protegida ha sido de 105.718 kg.



Miel de Liébana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica abarca todos los términos municipales de la comarca de Liébana, perteneciente a la Comunidad Autónoma de Cantabria. Los municipios

que conforman la comarca son: Cabezón de Liébana, Camaleño, Cillorigo de Liébana, Pesaguero, Potes, Tresviso y Vega de Liébana.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de miel que se producen en la zona y que podrán ampararse bajo la Denominación de Origen Protegida "Miel de Liébana" son:

Miel de mielada: Procede del mielato de roble y encina, y del néctar de Erica spp. (brezos), Rubus sp. (zarza) y un % variable de pólenes presentes en la flora de la comarca de Liébana.

Miel monofloral de brezo: Procede del néctar de las siguientes especies: Erica cinerea, Erica vagans, Erica tetralix, Erica cirtialis y Calluna vulgaris (brecina o falso brezo).

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Miel Villuercas-Ibores

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Protegida Miel Villuercas-Ibores ampara la producción de miel en una zona de más de 400.000 hectáreas, de paisaje variado y abundante vegetación, localizada en el sureste de la provincia de Cáceres, que se reparte entre 27 municipios.

CARACTERÍSTICAS: La producción de miel en esta zona de Extremadura es muy tradicional, con colmenas estantes que contribuyen a una mejor polinización de los cultivos. Se recolectan varios tipos de mieles: miel del bosque, procedente del roble, castaño y encina, muy aromática; miel de néctar de flores, cuyo aroma y sabor son excepcionales, y miel de retama, procedente de los arbustos y matorrales en flor.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran inscritos 34 apicultores con 13.500 colmenas censadas, y 4 industrias envasadoras. La producción media anual asciende a unos 300.000 kilos de miel, de los que se certifican con DOP 60.000 kilos.

Miel de Tenerife

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción de la miel amparada por la DOP "Miel de Tenerife" abarca todo el territorio de la isla de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: La DOP Miel de Tenerife ampara las siguientes mieles monoflorales: miel de Retama del Teide, miel

de Tajinaste, miel de Aguacate, miel de Castaño, miel de Brezal, miel de Relinchón, miel de Barrilla, miel de Hinojo, miel de Poleo, miel de Agave (Pitera), miel de Malpica, miel de Teder y miel de Mielada.

Las mieles de Tenerife con DOP presentan espectros polínicos compuestos por pólenes de especies botánicas presentes en Tenerife, en proporciones tales que se correspondan con los ecosistemas de la isla, y, por tanto con ausencia de pólenes de floraciones no presentes en la misma. Las mieles de Tenerife no presentan defectos sensoriales (fermentado, ahumado, etc.) demostrado tras su análisis sensorial; sus características organolépticas: olor, sabor y textura son muy variables, así como su color que va desde el blanco agua al ámbar oscuro, debido a la diversidad y especificidad de las floraciones que las originan.

DATOS BÁSICOS: En el consejo Regulador figuran inscritas 5.863 colmenas, 105 explotaciones apícolas, 39 centros de extracción de miel y 7 centros de envasados de miel con una producción de 15.000 kilos de miel certificada.



CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO



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 2023 las 195.172 toneladas, un volumen ligeramente inferior al del año precedente. El valor de estas producciones fue sin embargo muy superior: 711,7 millones de euros frente a los 650 del año anterior.

En este grupo, la partida más importante (103.237 toneladas, volumen similar al del año antes) fue la de cacao en polvo sin azúcar, cuyo valor superó los 308,4 millones de euros. Las otras grandes partidas fueron las de pasta de cacao (20.975 toneladas) y la de cacao en polvo azucarado (51.898 toneladas).

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 232.000 toneladas.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de las empresas fabricantes y comercializadoras de cacao y chocolate está compuesto por más de un centenar de operadores, muchos de ellos de dimensiones pequeñas y medianas.

Sin embargo, el ranking de productores está encabezado por varios grupos empresariales fuertes, que en algunos casos son filiales de grupos internacionales con amplia trayectoria en el sector.

Los cinco primeros grupos productores del ranking nacional acaparan más del 60% de las ventas totales, lo que da una idea del alto grado de concentración que hay en el sector.

En el año 2023, la facturación de las 25 empresas asociadas en este sector a PRODULCE, ascendió a 1.857,7 millones de euros, un 8,8% más que en el año anterior.

Por otro lado, la empresa líder del sector de chocolates y cacao registró unas ventas totales de cerca de 2.493 millones de euros, aunque en esa cifra aparecen también computadas las aportaciones de otras importantes líneas de negocio. En su producción anual destacó la línea de bombones.

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 2023 se estimó en 598 millones de euros, cifra muy superior a la del año anterior.

La tercera, un grupo también, concluyó el ejercicio con unas ventas superiores a los 314,6 millones de euros y las siguientes empresas en el ranking se situaron a muy larga distancia de esta cifra (entre 231 y 57 millones de euros).

Las marcas de distribución (MDD) tienen una gran importancia en el sector, aunque ésta no es uniforme en todos los segmentos del mercado del chocolate. En 2023 volvieron a aumentar su cuota debido a la subida de precios de las marcas de fabricante. No obstante, las MDD no tuvieron los mismos resultados en todos los segmentos.

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 materializa en todos los segmentos del mercado del chocolate, pero especialmente en el sector de las tabletas.

Asimismo, las empresas están también redirigiendo su producción hacia los productos más saludables, reduciendo de forma muy significativa su contenido de azúcar, incorporando nuevos elementos en sus composiciones y aumentando los porcentajes de cacao.

COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial del sector es siempre negativa, ya que las empresas necesitan importar la totalidad de la materia prima utilizada para la elaboración de los productos de chocolate.

Según los datos del Ministerio de Comercio, en 2023 se exportaron 230.296 toneladas de cacao y otros

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE DERIVADOS DEL CACAO

EMPRESA	Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	2.493
Natra, S.L. - Grupo	598
Ferrero Ibérica, S.A. *	314,6
Lacasa, S.A. - Grupo *	231,3
Idilia Foods, S.L. *	194
Chocolates Valor, S.A.	141,8
Lindt & Sprungli España S.A	112
Grupo Sanchis Mira S.A*	110
Mars Multisales Spain, S.L. (División Confitería)*	105
Mondelez España Grupo* (división confitería)	57,2

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones.

productos preparados con cacao, un 4,1% menos que en el año anterior. Por su parte, las importaciones de cacao y otros productos derivados sumaron 379.987 toneladas, un 3,7% más que un año antes.

La partida principal de este comercio, tanto en exportaciones como en importaciones, fue la del chocolate. Las compras sumaron 165.391 toneladas (5.000 más que en el año anterior) y las ventas 139.911 toneladas, 7.000 menos que un año antes.

Por su lado, las exportaciones de las empresas del sector que forman parte de PRODULCE exportaron hasta 102.600 toneladas (un 0,4% menos que un año antes), por un valor de 573 millones de euros (15,3% más). Asimismo, las importaciones de estas empresas ascendieron a 134.900 toneladas (3,4% más), por un valor de 684 millones de euros (113,8% más).

La Unión Europea es el destino principal de las ventas de chocolate, con Francia, Portugal, Alemania e Italia como principales destinos. También fueron importantes en 2023 las ventas exteriores a países como Reino Unido (el segundo destino en volumen), Marruecos, Argelia o Estados Unidos.

En cuanto a las compras de chocolate, Alemania se mantuvo como el primer país de origen de las importaciones, por delante de Francia e Italia. Igualmente, España importa cacao de países como Costa de Marfil (principal productor mundial), Ghana, Indonesia, Nigeria y Brasil. ■

CONSUMO Y GASTO EN CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 148,7 millones de kilos de chocolates y derivados del cacao y gastaron 1.347,5 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 3,2 kilos de consumo y 28,8 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los chocolates (1,2 kilos por persona y año). En términos de gasto, los chocolates concentran el 40,3% del gasto, con un total de 11,6 euros por persona, mientras que el cacao soluble presenta un porcentaje del 17,0% y un total de 4,9 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO DE LOS HOGARES, 2023				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL CHOCOLATES, CACAOS Y SUCEDANEOS	148,7	3,2	1.347,5	28,8
CHOCOLATES	54,8	1,2	542,5	11,6
CHOCOLATE TABLETAS	45,2	1,0	439,6	9,4
CON LECHE	25,4	0,5	226,4	4,8
SIN LECHE	19,8	0,4	213,2	4,6
CON ALMENDRAS	8,2	0,2	86,4	1,8
OTROS CHOCOLATES	37,0	0,8	353,2	7,5
TURRON DE CHOCOLATE	9,6	0,2	102,9	2,2
OTROS PRODUCTOS CHOCOLATE Y CACAO	93,8	2,0	804,9	17,2
BOMBONES	13,4	0,3	227,9	4,9
SNACKS CHOCOLATE	14,4	0,3	192,7	4,1
CACAO SOLUBLE	39,2	0,8	230,8	4,9
NORMAL	38,1	0,8	218,2	4,7
LIGHT	1,1	0,0	12,6	0,3
CREMA CACAO UNTAR	17,0	0,4	119,8	2,6



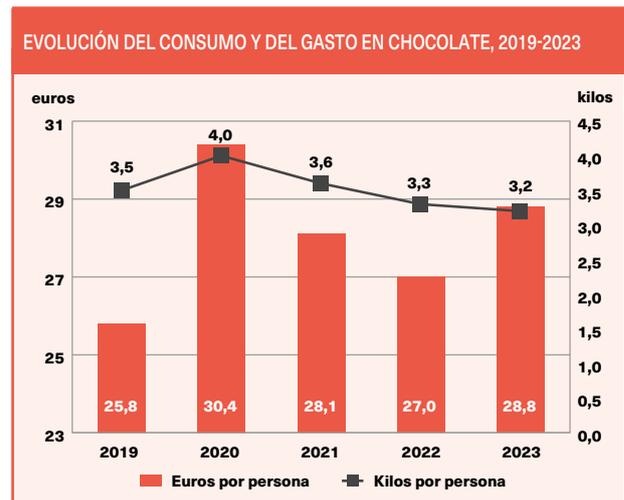
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de chocolates y derivados del cacao durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

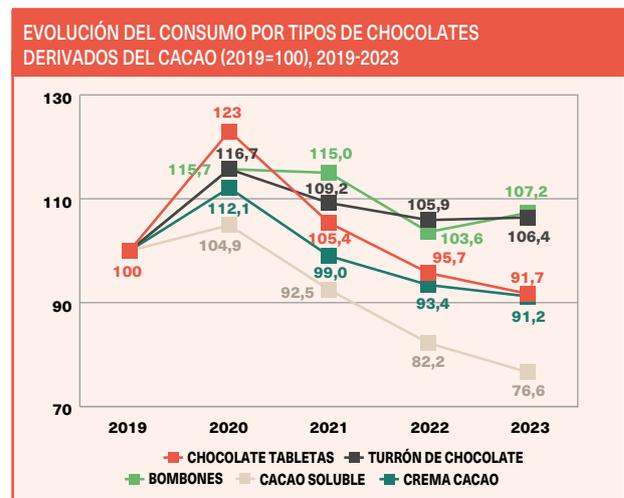
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de chocolates y derivados del cacao, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de chocolates y derivados del cacao es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años el consumo de chocolates y derivados del cacao es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de chocolates y derivados del cacao, mientras que los índices más reducidos tienen lugar en los hogares en los que habitan cinco o más personas.
- Los consumidores que residen en municipios con censos de 10.000 a 100.000 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, Asturias y País Vasco cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Andalucía, Comunidad de Madrid, y Extremadura.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

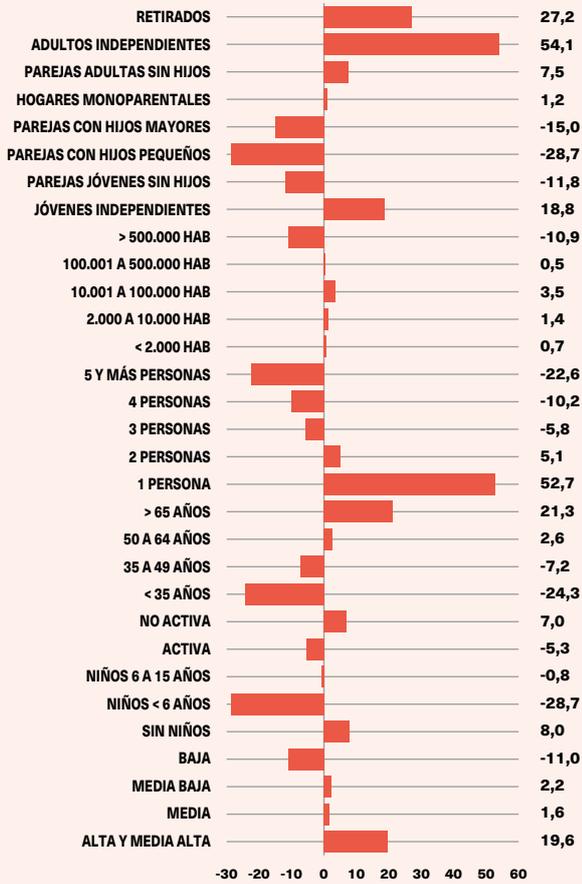
Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto de chocolates y derivados del cacao se han mantenido relativamente estables produciéndose un repunte en el año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 pero que se está corrigiendo en gran medida durante los años posteriores. En el periodo 2019-2023, 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 2019-2023 ha sido diferente para cada tipo de producto aunque coinciden en el incremento del año 2020 y el ajuste a la baja en los años posteriores. Respecto a la demanda de 2019, el consumo de todos los productos desciende con las excepciones de los bombones y el turrón de chocolate.



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

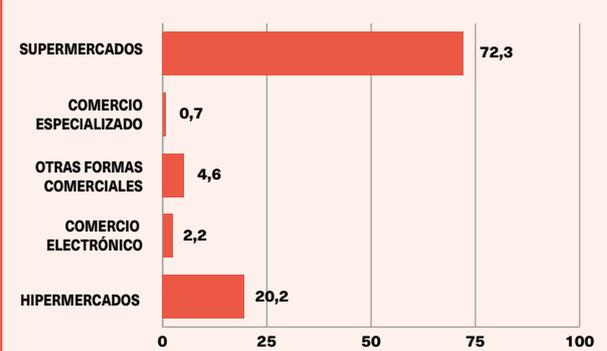


* Media nacional = 3,2 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de chocolates y derivados del cacao a los supermercados (72,3% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 20,2%, mientras que los establecimientos especializados representan el 0,7%. Las otras formas comerciales concentran un 4,6% y el comercio electrónico llega al 2,2%.

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CHOCOLATES Y DERIVADOS DEL CACAO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



PLATOS PRECOCINADOS Y PREPARADOS



En 2023, la producción industrial de platos preparados aumentó considerablemente tanto en volumen como en valor, continuando con la tónica de años anteriores, pero con un crecimiento más moderado. Además, el consumo de estos platos en los hogares españoles aumentó.

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.

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 2023 la producción de platos preparados a base de carne, pescado, verduras, legumbres, pasta de todo tipo o platos

como la pizza congelada (no fresca), sumó un total de 555.770 toneladas, por un valor de 2.416,7 millones de euros (un 14% y un 13% respectivamente por encima de los valores de 2022).

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 2023 se produjeron 178.561 toneladas de estos alimentos, por un valor de 900,8 millones de euros. Con relación al año anterior, en 2023 se produjo un aumento del 4% en volumen y del 9% en valor.

El segundo lugar en cuanto a volumen fue para el grupo de "otros platos", entre los que se encuentran las pizzas congeladas (140.697 toneladas, también muy por encima del volumen del año anterior) y el tercero para los platos hechos a base de legumbres y hortalizas (107.566 toneladas, por un valor de 357,7 millones de euros). En cuarto lugar, dentro de este grupo se situaron los platos hechos a base de pasta (rellenas o secas), que sumaron 53.615 toneladas y alcanzaron un valor de 249,2 millones de euros. Finalmente, los platos a base de pescados y crustáceos alcanzaron una producción de 75.331 toneladas, por un valor de 376 millones de euros, según los datos del INE.

Entre las soluciones de comidas refrigeradas que se venden en libre servicio (supermercados e hipermercados) destacaron en 2023 los gazpachos y sopas frías, con una cuota del 32,3%. A estos platos les siguieron las pizzas (28%), las recetas (15,8%) y las tortillas (12,7%), según los datos de la consultora Circana que hacen referencia al volumen comercializado, no al valor de los productos.

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.

Entre las innovaciones de 2023 destacan una nueva gama de productos que abarca desde la sustitución de proteínas animales por vegetales (legumbres, cereales como quinua, espelta o garbanzos), hasta la reducción de sal, azúcares y materias grasas, o incluso, la introducción de fibra, entre otras.

Asimismo, el sector de los platos preparados está haciendo grandes esfuerzos para tratar de eliminar los aditivos, los conservantes y los colorantes. Igualmente,

también hay una serie de productos orientados a cubrir las necesidades de aquellas personas con patologías digestivas (celíacos, intolerantes a la lactosa, etc.).

Por otro lado, con las nuevas tendencias de consumo y la entrada de los restaurantes en el hogar a través del 'delivery', se ha producido un aumento de la oferta de platos preparados por parte de la distribución alimentaria y muchos supermercados e hipermercados cuentan con su propia línea de comida "lista para llevar".

En este sentido, el consumo de platos preparados a temperatura ambiente o "comida ambient", que se disfruta en latas o en formatos aptos para el microondas, se ha disparado en los últimos años, si bien con resultados muy desiguales para los distintos productos.

El tirón de la demanda ha hecho que muchas empresas nuevas se lanzaran a la producción de legumbres y verduras a temperatura ambiente también en 2023.

Igualmente, en los últimos años también han crecido las ventas de caldos, cremas y platos deshidratados (llamados "otras soluciones ambient"). En este crecimiento tuvieron mucho que ver las nuevas ofertas de cremas de verduras, así como también las recetas orientales.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el mercado de los platos preparados conviven realidades muy diferentes, de ahí que la estructura empresarial no sea homogénea.

En 1978 se constituyó la Asociación Española de Fabricantes de Platos Preparados (ASEFAPRE), que tiene ámbito nacional y está formada por 18 empresas, que emplean a unas 5.000 personas.

Estas empresas registraron, según ASEFAPRE, un aumento de producción con relación al año anterior, pues produjeron casi 272.000 toneladas de esos alimentos. Este aumento fue consecuencia de la recuperación del consumo en la restauración y también en los hogares españoles. Asimismo, influyó en el buen dato de 2023 la presentación de nuevos platos preparados y una producción más cuidada del producto. El grueso de esta producción se destinó al mercado nacional, donde el consumo aumentó un 2,9%.

Las empresas que integran ASEFAPRE mantienen una constante ampliación de sus instalaciones, creando nuevas líneas de producción con la maquinaria más moderna y la tecnología más avanzada en toda la cadena, que las sitúan a la vanguardia del sector.

Además de las 18 empresas integradas en ASE-FAPRE, hay también otras muchas que trabajan en comida preparada, aunque los líderes sectoriales tienden a ser grandes grupos alimentarios de sectores afines.

Así, entre las primeras empresas del sector destacan muchas que tienen actividad en el sector de las conservas vegetales, los productos congelados o los elaborados cárnicos. También hay algunas compañías multinacionales y ciertos especialistas de capital español que tienen su fortaleza en un producto concreto.

Cataluña y Galicia son las dos comunidades autónomas donde más empresas del sector se encuentran radicadas, seguidas de Navarra, Castilla-La Mancha, Madrid y el País Vasco.

Entre los platos preparados congelados, las marcas blancas (MDD) acaparan cerca del 58% del total en volumen, mientras que en el segmento de la comida refrigerada, alcanzan el 60% en volumen.

Respecto a la estructura empresarial, en 2023 la primera empresa productora en volumen fue un grupo nacional que elabora además ensaladas y platos étnicos. La producción estimada fue de unas 20.000 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 cerca de 15.000 toneladas de platos preparados (legumbres, carne, arroz, pasta, pescado, etc.).

Asimismo, el tercer grupo industrial en este sector acabó el año con una producción de casi 12.000 toneladas.

COMERCIO EXTERIOR

No se disponen de cifras contrastadas sobre el comercio exterior de platos preparados. Las asociaciones del sector estiman que la exportación alcanza ya las 50.000 toneladas aproximadamente, pues en los últimos años el porcentaje de ventas al exterior se ha ido incrementado progresivamente, lo que da idea de la importancia que tiene la exportación para estas empresas.

Preparados típicamente españoles, como los gazpachos, tienen una buena salida en los mercados internacionales, especialmente en países como Francia.

En cuanto a las importaciones, al tratarse de un mercado dominado por grandes compañías multinacionales, muchos de los intercambios entre filiales de un mismo grupo no quedan registrados en las estadísticas de comercio exterior.

PIZZA FRESCA, SANDWICH Y BOCADILLOS

Las ventas de sándwiches y bocadillos durante el año 2023 volvieron a crecer, a pesar del incremento de los precios de las materias primas y de los costes de producción.

No obstante, las pizzas continuaron siendo en 2023 las reinas del grupo de productos refrigerados. Según estimaciones de la consultora Circana, el valor de mercado de estas producciones ascendió a 629,5 millones de euros, un 12,7% más que un año antes.

La Encuesta Industrial de Producto, que publica anualmente el Instituto Nacional de Estadística (INE), estima que la producción de alimentos perecederos, como la pizza fresca y los sándwich, ascendió en 2023 a 46.192 toneladas, un 4% más que en 2022, lo que da una idea de la positiva evolución de este sector pues en los años anteriores también creció en cifras similares.

El valor alcanzado por estas producciones, según el INE, fue de 202,6 millones de euros, un 28% más que un año antes.

El mercado de los sándwich lleva muchos años evolucionando positivamente porque ha sabido adaptarse muy bien a las tendencias del mercado. Tras la recuperación del canal HORECA después de la pandemia, el sector volvió a crecer.

Al igual que un año antes, todas las empresas del sector del bocadillo aumentaron su facturación en 2023. La primera en volumen de producción sacó al mercado unos 46,5 millones de unidades (casi 4 millones más que un año antes, que también fue muy bueno), mientras que la segunda también creció hasta los 19 millones y la tercera hasta los 11,8 millones, casi el doble que un año antes. La cuarta empresa del ranking, especializada en marca de distribución (MDD), vendió 4,2 millones.

Entre las novedades que aparecieron en el mercado durante 2023 destacaron los nuevos formatos (flautas, perritos, productos sin gluten, etc.) y también los bocadillos de inspiración internacional (México,

Estados Unidos, países asiáticos, etc.). Asimismo, entre los emparedados se optó más por los ingredientes autóctonos.

PLATOS DE OTRAS CULTURAS

Al igual que en años anteriores, el sector de los platos preparados con comida de otros países volvió a tener buenos resultados en 2023, especialmente por el tirón de la cocina japonesa (sushi, etc.) y árabe (humos, tabulé, etc.). También se desarrolló favorablemente el mercado de comida mexicana preparada y se mantuvo el mercado del “poke” (pescado crudo con una base de arroz, verduras y frutas), que aunque su origen es hawaiano se ha adaptado a los gustos del consumidor español.

Sin embargo, 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.

ALIMENTOS PROCESADOS DE ORIGEN VEGETAL

Siguiendo la tónica de años anteriores, la oferta de alimentos procesados elaborados a base de proteínas vegetales volvió a crecer en 2023. España es el cuarto país europeo en consumo de este tipo de alimentos procesados, por detrás de Alemania, Reino Unido e Italia. No obstante, en lo referente a

las bebidas vegetales España se situó en segundo lugar en el ranking europeo, por detrás de Alemania. En este sentido, entre la gama de este tipo de alimentos destacan las bebidas vegetales, los postres y las simulaciones de productos lácteos, cárnicos o pesqueros.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Entre las empresas que operan en este mercado destacan algunas firmas del sector lácteo, que han optado por la fabricación de bebidas vegetales (avena, soja, arroz, almendra, avellana, etc.), como complemento a su producción de leche. Además de las grandes firmas lácteas, también hay empresas que operan con marcas de distribuidor (MDD).

Se estima que las ventas de este tipo de alimentos procesados de origen vegetal en España rondan ya los 500 millones de euros. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTOS PROCESADOS DE ORIGEN VEGETAL

EMPRESA	Mill. Euros
Alpro Protein (Danone)*	876
Calidad Pascual, S.A.U. (Vivesoy) *	800
Dacsa Group*	568
Noel Alimentaria S.A (Verday)*	560
Padesa (Aldelis)*	360
Soria Natural *	36,3
Productos Trevijano, S.L.*	7,35

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

CONSUMO Y GASTO EN PLATOS PREPARADOS

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 768,5 millones de kilos de platos preparados y gastaron 4.071,5 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 16,4 kilos de consumo y 87,0 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las sopas y cremas (6,0 kilos por persona y año), seguido de los platos preparados congelados (2,6 kilos per cápita), de las pizzas (2,2 kilos per cápita), y de los platos

preparados en conserva (1,9 kilos per cápita). En términos de gasto, las pizzas concentran el 19,5% del gasto, con un total de 17,0 euros por persona, seguido por los platos preparados congelados, con un porcentaje del 19,3% y un total de 16,8 euros por persona al año. A continuación, se encuentran los platos preparados en conserva, con el 16,1% y 14,0 euros por persona, y los sopas y cremas, con el 11,7% y un total de 10,2 euros por persona al año. El resto de platos preparados acapara el 26,8% restante, con un total de 23,3 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN PLATOS PREPARADOS DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL PLATOS PREPARADOS	768,5	16,4	4.071,5	87,0
PLATOS PREPARADOS CONSERVA	89,3	1,9	654,9	14,0
CONSERVA CARNE	31,2	0,7	294,1	6,3
CONSERVA PESCADO	2,6	0,1	26,8	0,6
CONSERVA VEGETAL	37,3	0,8	191,8	4,1
CONSERVA LEGUMBRE	17,0	0,4	70,3	1,5
CONSERVA PASTA	18,1	0,4	142,2	3,0
PLATOS PREPARADOS CONGELADO	122,3	2,6	785,5	16,8
CONGELADO CARNE	35,6	0,8	205,7	4,4
CONGELADO PESCADO	40,3	0,9	293,9	6,3
CONGELADO VEGETAL	17,9	0,4	92,3	2,0
CONGELADO PASTA	16,9	0,4	98,5	2,1
OTROS PLATOS PREPARADOS CONGELADOS	11,5	0,2	95,1	2,0
SOPAS Y CREMAS	282,8	6,0	476,4	10,2
GAZPACHO Y SALMOREJO	78,8	1,7	191,3	4,1
SOPAS Y CREMAS HORTALIZAS	36,8	0,8	69,5	1,5
PIZZA	104,0	2,2	795,6	17,0
PASTA RESTO	12,4	0,3	145,7	3,1
TORTILLAS REFRIGERADAS	26,7	0,6	122,0	2,6
OTROS PLATOS PREPARADOS	130,8	2,8	1.091,3	23,3

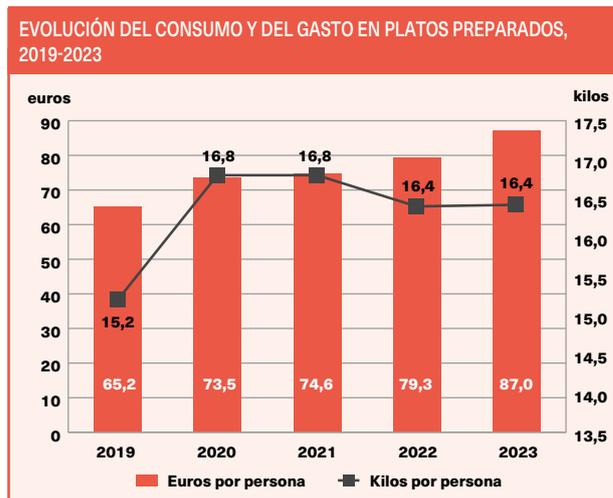
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de platos preparados durante el año 2023 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, Baleares y Comunidad de Madrid cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Asturias, Navarra y Galicia.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

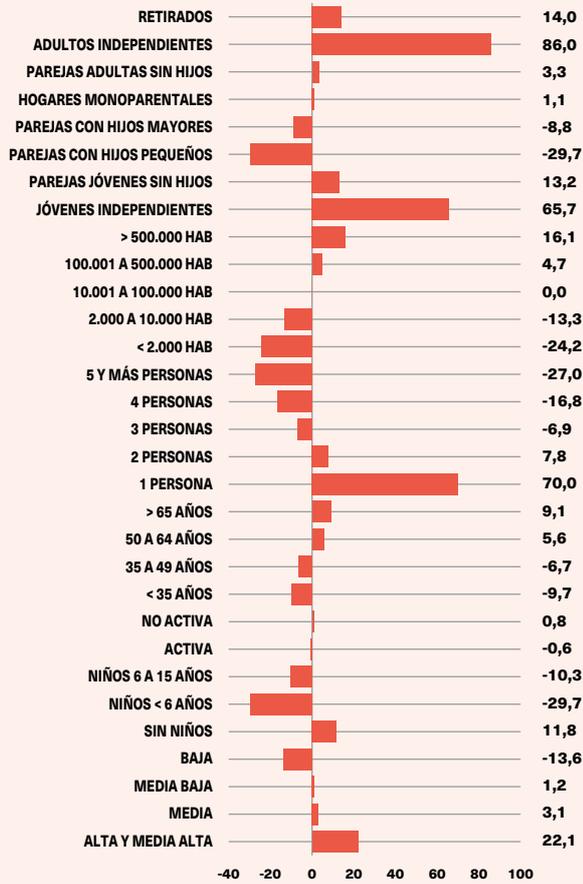
Durante los últimos cinco años, el consumo de platos preparados ha aumentado 1,2 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 21,8 euros per cápita. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produce en el año 2020 (16,8 kilos) mientras que el gasto más cuantioso se registra en el año 2023 (87,0 euros por consumidor).



En la familia de platos preparados, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido favorable para los platos en conserva, las sopas y cremas y platos congelados. Respecto a la demanda de 2019, el consumo de todas las variedades de platos preparados consideradas se incrementan.



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

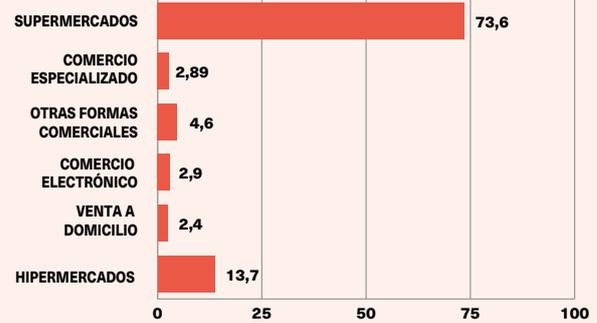


* Media nacional = 16,4 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de platos preparados a los supermercados (73,6% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 13,7% y los establecimientos especializados llegan al 2,8%. La venta a domicilio representa el 2,4%, mientras que el comercio electrónico llega al 2,9%. Finalmente, otras formas comerciales alcanzan una cuota del 4,6% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PLATOS PREPARADOS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



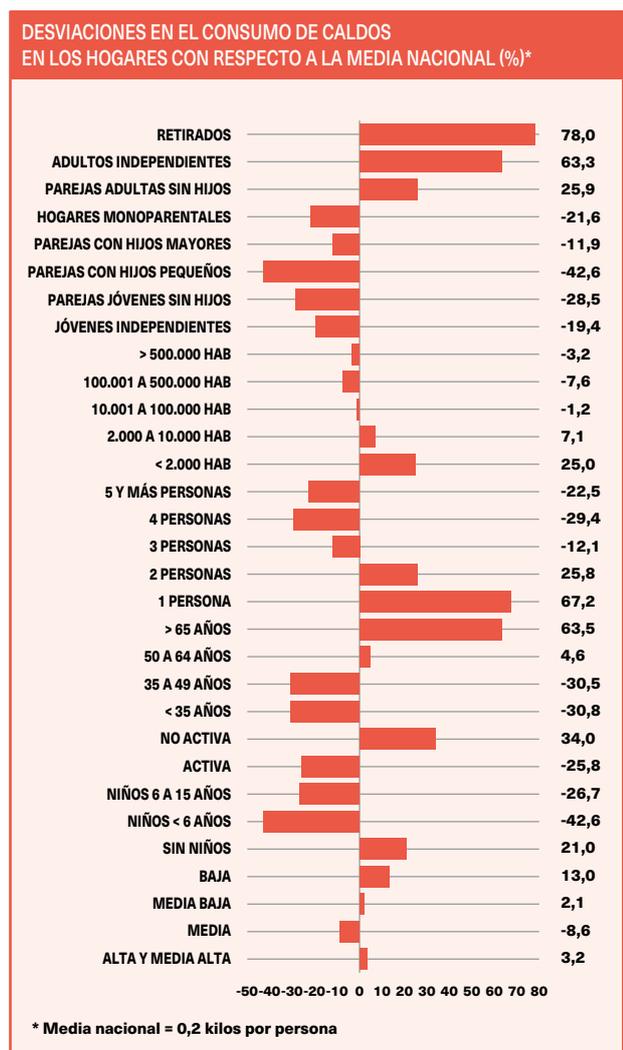
CALDOS Y SOPAS

CONSUMO Y GASTO EN CALDOS Y SOPAS

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 7,1 millones de kilos de caldos y sopas y gastaron

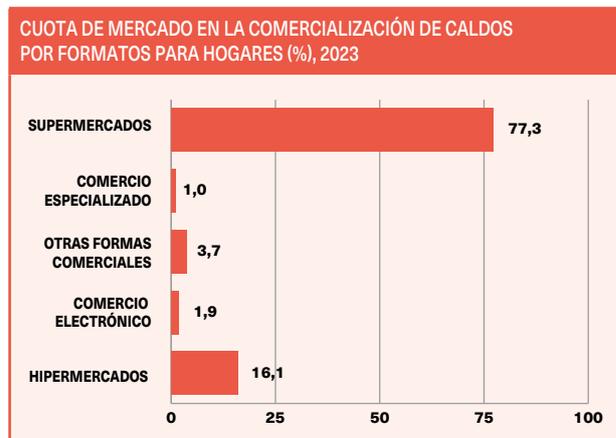
85,9 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 0,2 kilos de consumo y 1,8 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN CALDOS Y SOPAS DE LOS HOGARES, 2023				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL CALDOS Y SOPAS	7,1	0,2	85,9	1,8



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de caldos y sopas a los supermercados (77,3% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 16,1% y los establecimientos especializados llegan al 1,0%. El comercio electrónico con 1,9% y otras formas comerciales con 3,7% cubren la cuota restante.



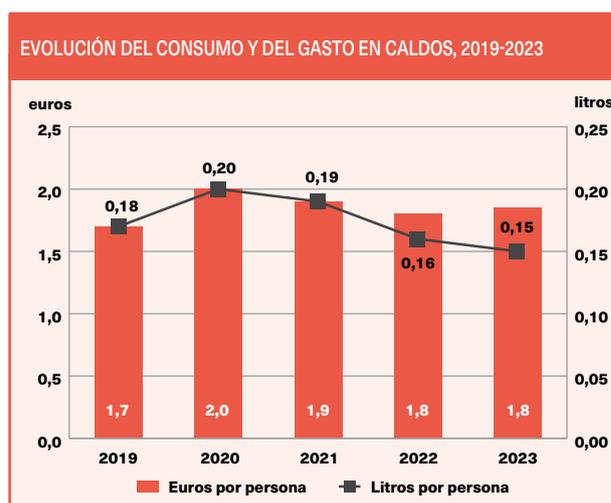
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de caldos y sopas durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

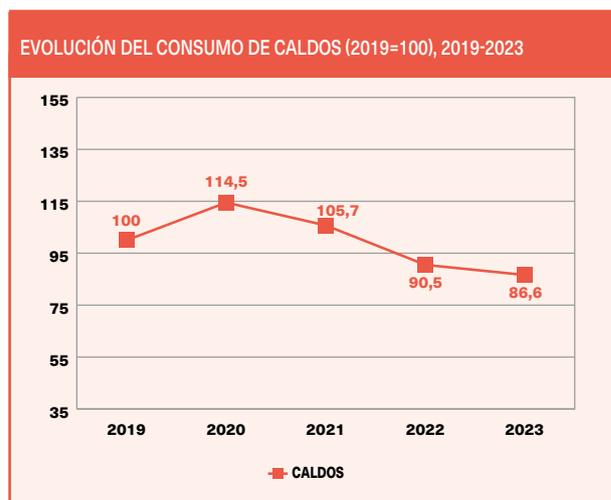
- Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de caldos y sopas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la 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 menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de caldos y sopas, mientras que los índices son más reducidos en aquellos hogares formados por cuatro miembros.
- Los consumidores que residen en pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de caldos y sopas, mientras que los consumos menores tienen lugar en los núcleos de población entre 100.000 y 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos y adultos independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, las parejas jóvenes sin hijos, los jóvenes independientes y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas Asturias, Baleares y Cantabria cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Cataluña, Galicia, Andalucía y, sobre todo, Canarias.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de caldos se había mantenido estable aunque en el año 2020 se produce un incremento motivado por los efectos de la COVID-19 que se corrigen a la baja tanto en los tres años siguientes. En el periodo 2019-2023, 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 2019-2023 y respecto a la demanda de 2019, el consumo de caldos estaba disminuyendo pero experimentó un repunte durante el ejercicio 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 que se ajusta a la baja en los tres últimos años (queda por debajo).



PRODUCTOS DIETÉTICOS Y FUNCIONALES

El sector de los productos dietéticos siguió creciendo en 2023, según estimaciones de distintas consultoras, pues no hay datos para poder cuantificar la producción nacional debido a que es un grupo de productos muy heterogéneo.

A pesar de que cada año se constata la buena marcha de este mercado, 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.

Por su volumen de ventas (el 40% del total aproximadamente), 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.).

Estos complementos sólo se deben tomar en las dosis recomendadas en el etiquetado del producto, según recomienda la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN).

De acuerdo con la Encuesta Industrial de Productos que publica el INE, se fabricaron en 2023 un total de 77.598 toneladas de estos suplementos (productos

para el consumo humano destinados a proporcionar nutrientes), que alcanzaron un valor de 517,3 millones de euros. Comparando estos datos con los del año anterior se observó un aumento del 22% en volumen y el 14% en valor. En el año anterior se había producido un crecimiento incluso mayor, lo que puede dar lugar a pensar que empieza una fase de estabilidad para este sector.

Existe una amplia gama de nutrientes y otros elementos que pueden estar presentes en los complementos alimenticios incluyendo, entre otros, las vitaminas, minerales, aminoácidos, ácidos grasos esenciales, fibra, etc.

En el caso de las vitaminas y minerales, sólo podrán utilizarse en la fabricación de complementos alimenticios las vitaminas y minerales previstos por la legislación comunitaria.

Si el primer grupo de alimentos dietéticos son los complementos, el segundo por su volumen de ventas es el de los alimentos para trastornos metabólicos (29% de las ventas) y el tercero, el de los alimentos para dietas hipocalóricas y las hierbas medicinales.

Los snacks y el preparado líquido 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, que es otro de los productos con gran representación en este sector.

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.

En los últimos años, el consumo de alimentos dietéticos y complementos alimenticios ha crecido de forma notable, pero no obstante los niveles de consumo están claramente por debajo de los países de la Unión

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN DIETÉTICA E INFANTIL

EMPRESA	Mill. Euros
Nestlé España, S.A. Grupo *	2.493
Vicky Foods Products *	629
Cerealto Siro Foods, S.L. *	463
Hero España, S.A. *	178,2
Abbott Laboratories, S.A. – División Nutrición	145
Laboratorios Ordesa, S.L. *	140,1
Danone Nutricia, S.R.L.	125
Liquats Vegetals, S.A. *	91
Alimentación y Nutrición Familiar S.L. (ALNUT)	38
Exyco Food, S.A	4

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

Europea. Así, en España, algo menos del 30% de los consumidores declara consumir o haber consumido en el último año alimentos dietéticos, mientras que en otros países europeos el porcentaje es del 40-45%.

Las personas que consumen este tipo de alimentos tienen un perfil predominante urbano 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

El mercado tiene características especiales como su alto grado de atomización, pues los tres primeros fabricantes del sector copan el 45% del mercado..

El sector empresarial de productores y comercializadores de alimentos dietéticos está compuesto por varios centenares de empresas, muchas de ellas de dimensión muy pequeña o mediana.

En este sentido, hace años el sector estaba copado por pequeñas empresas relacionadas con la parafarmacia o las hierbas medicinales, pero en la actualidad se encuentra dominado por unos pocos grupos que, en algunos casos son filiales de compañías multinacionales.

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 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 en la comercialización de los alimentos dietéticos. Se considera que, en la actualidad más de un 70% de la oferta se vende en los lineales de las grandes cadenas de distribución alimentaria y ese porcentaje tiende a crecer de año en año. ■

PRODUCTOS FUNCIONALES

Las diferencias entre los productos funcionales y los dietéticos o los complementos alimenticios, muchas veces son difíciles de encontrar. En este sentido, los alimentos funcionales son aquellos que tienen consecuencias positivas para el organismo y contribuyen a un mayor estado de salud y bienestar.

Los alimentos funcionales comercializados en España mueven cerca de 1.100 millones de euros anuales. 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 820 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 120 millones de euros.

Por el contrario, hay sectores en los que el margen de crecimiento sigue siendo amplio. Tal es el caso de la leche, donde la gama funcional crece a un ritmo de del 4% anual. Dentro de este segmento, son las leches sin lactosa las que muestran un comportamiento más dinámico.

En el caso de las galletas, el crecimiento de la gama funcional es más moderado, por lo que el sector productor estima que hay mucho margen para crecer.

Por su lado, las bebidas funcionales suponen el 45% de todo ese mercado en valor y el 48% en volumen, aunque su crecimiento se ha visto paralizado en los

últimos ejercicios, según las consultoras. En el caso de las bebidas de cola, las referencias más saludables (zero y light) copan ya el 48% del consumo.

Finalmente, dentro del pan de molde, las referencias integrales crecen también a un ritmo de más del 1 % anual.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

No hay un sector empresarial de alimentos funcionales en sentido estricto, ya que estos productos son parte de la oferta de las empresas alimentarias y están presentes en los principales sectores.

De manera general, los fabricantes de alimentos funcionales tienden a ser grandes grupos empresariales, ya que suele ser necesaria una fuerte inversión en I+D+i para sacar adelante una oferta viable de

alimentos funcionales. En algunos casos concretos, aparecen especialistas que han conseguido posicionarse 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 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

El mercado español de la alimentación deportiva siguió creciendo en 2023, impulsado por un consumidor que demanda productos más diversos, enfocados no sólo a mejorar el rendimiento físico, sino también la salud.

A este respecto, los productos naturales y menos agresivos con el medio ambiente han ido ganando de año en año peso entre los gustos del consumidor. Por el contrario, los suplementos elaborados de manera artificial, o que incorporan aditivos muy procesados, han perdido protagonismo.

Actualmente, el mercado de alimentos destinados a deportistas alcanza un volumen de consumo cercano a las 730 toneladas, de las cuales la mayor parte serían proteínas (el 82%, según datos de la consultora Circana) y el resto carbohidratos, aminoácidos y quemadores de grasa.

El mercado de alimentos con proteína lo dominan las barras, que en el año 2023 supusieron alrededor del 54% de las ventas totales, según estimaciones de la consultora Circana. Por detrás de las barras se sitúan las presentaciones en polvo.

Se estima también que el 30% de las ventas en este mercado se producen en el mercado minorista. Asi-

mismo, la marca de distribuidor (MDD) domina el mercado con casi el 42 % de las ventas en volumen en el año 2023 y con el 37,3% del valor en millones de euros. Sin embargo, al igual que sucedió en años anteriores, las MDD perdieron cuota de mercado en este segmento, a favor de las marcas de fabricante (MDF). Así, en 2023 la primera de estas MDF tuvo una cuota de mercado del 15,8% en volumen y del 18% en valor, según datos de Circana.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Este mercado está dominado por las empresas extranjeras y los productos de importación. Según estimaciones de la consultora Circana, tres marcas internacionales se repartieron en 2023 el 42% de este mercado, frente a un 36% en el año anterior.

También hay empresas españolas líderes en otros sectores, como por ejemplo el de los dulces navideños, que se están introduciendo en el mercado de la nutrición deportiva, ofreciendo productos como las barras de carbohidratos y proteínas.

Además de mantener su línea ecológica, algunas de las principales empresas de este sector han desarrollado nuevos productos para el mercado vegano. ■

ALIMENTACIÓN INFANTIL

El sector de los alimentos infantiles lleva años afectado por una baja natalidad. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el número de nacimientos en España continuó descendiendo en 2023, alcanzando la cifra más baja desde el inicio de las series históricas en 1941. En total, nacieron 322.075 niñas y niños, un 2% menos que en 2022.

Actualmente, el consumo promedio de alimentos infantiles en España está por debajo del que tienen otros países europeos. 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 54.000 toneladas y los 230 millones de euros. Los productos listos para tomar (potitos, postres lácteos, galletas, papillas líquidas y zumos) aportan más del 50% del valor total de estos alimentos y después se sitúan las leches infantiles y los cereales.

Otras estimaciones más amplias, en las que se incluyen leches en polvo, líquidas de continuación y crecimiento, cereales y papillas, potitos-tarritos, consideran

que este mercado puede llegar a mover hasta los 250 millones de euros.

Dentro de la caída general que registran las ventas, la única categoría que muestra un gran dinamismo es la de los productos ecológicos, aunque todavía ese crecimiento no es suficiente para reflotar el sector pues su importancia en el conjunto todavía es reducida (representan el 7% del total).

El consumo de alimentos infantiles en nuestro país se concentra en las zonas urbanas, sobre todo en las grandes ciudades, seguidas por las zonas sur y del centro peninsular.

Las marcas de distribuidor (MDD) han asaltado el mercado de los alimentos infantiles y desde hace algunos años van arañando cuota a las marcas tradicionales de fabricante, que todavía dominan en el mercado.

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

La distribución comercial de los alimentos infantiles tiene una peculiaridad: la venta en farmacias y parafarmacias. Hasta hace unos años, las farmacias acaparaban la práctica totalidad del comercio de alimentos infantiles, pero poco a poco han ido perdiendo peso a favor de la distribución en súper e hipermercados. 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 (190 millones de euros frente a 83 millones).

Súper e hipermercados, por el contrario, controlan ya la gran mayoría de las ventas de potitos, comidas infantiles, cereales, yogures, zumos o snacks infantiles.

Los dos líderes sectoriales mantienen posiciones dominantes en los dos canales de distribución pero, normalmente, hay empresas especializadas en uno u otro de los canales de distribución.

ALIMENTOS PARA NIÑOS

Además de los alimentos para bebés, hay también una heterogénea oferta de alimentos para niños de hasta 14 años de edad.

Los alimentos para niños se caracterizan por unas presentaciones, formatos, colores, sabores, etc., que resultan atractivos para ese público. De manera genérica, se estima que las ventas de ofertas dirigidas a niños y adolescentes pueden alcanzar una facturación superior a los 750 millones de euros anuales.

Las ofertas más clásicas son las de galletas y bollería, alimentos para desayuno y merienda, dulces y caramelos, algunos productos lácteos, ciertos refrescos, etc. A ese núcleo tradicional se han venido añadiendo en los últimos tiempos otros productos en los sectores de pastas alimenticias, cárnico, (salchichas, embutidos, patés y foie gras, etc.), platos preparados y precocinados, snacks, etc.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de alimentación infantil está atravesando una fase de cambios provocados por la caída de la demanda. Con una natalidad en retroceso, actualmente el sector de los alimentos ecológicos es el único que crece y a él se están incorporando varias empresas del sector.

Las marcas de distribuidor (MDD) también están apostando por la certificación ecológica para mejorar su posicionamiento en esta categoría.

El sector de las empresas fabricantes y distribuidoras de alimentos infantiles en España está dominado por algunos grandes grupos que, muy a menudo, son filiales de enormes compañías multinacionales. Los alimentos infantiles constituyen una línea de negocio dentro de una oferta mucho más amplia vinculada con sectores afines, como la leche, las galletas, los cereales, etc. Junto a estos líderes sectoriales aparecen algunas empresas especialistas de capital esencialmente español, con nichos concretos de mercado en los que tienen una fuerte penetración y, también, algu-

nos 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 2.493 millones de euros anuales (la cifra incluye datos de otras muchas líneas de negocio, desde el lácteo al chocolate).

El segundo operador en este mercado tiene unas ventas que rondan los 629 millones de euros y el tercero se queda en torno a los 463 millones. En ambos casos, las cifras de facturación incluyen también las aportaciones de otras líneas de negocio distintas a la alimentación infantil.

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 en España 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 cuatro continentes.

En cuanto a las importaciones, se estima que pueden superar las 200.000 toneladas anuales. ■

ESPECIAS Y CONDIMENTOS

El sector industrial de las especias y condimentos volvió a registrar en 2023 un balance positivo, pues al aumento de la producción se sumó un mayor consumo en los hogares.

Según los datos del Panel de Consumo que publica el Ministerio de Agricultura, en 2023 el consumo de especias y condimentos en los hogares españoles creció un 8% en volumen y un 13,5% en valor. El consumo total en los hogares de especias y condimentos llegó a los 6,5 millones de kilos, por un valor de 159 millones de euros. El consumo per cápita aumentó también un 6,8% hasta los 0,14 kilogramos.

Las ventas de especias, hierbas y condimentos en hipermercados y supermercados aumentaron un 7% en volumen durante 2023. Se vendieron en estos establecimientos casi 9.750 toneladas por un valor de 212 millones de euros, según estimaciones de la consultora Circana. De esas cifras totales, 4.117 toneladas fueron especias y colorantes y 5.432 toneladas hierbas. Entre las primeras, destacaron por el volumen comercializado el pimentón, la pimienta, el colorante y la canela. Por su parte, entre las segundas sobresalieron las ventas de ajo y de orégano.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de empresas de especias y condimentos se caracteriza por su gran atomización. Se encuentran en actividad alrededor de 70 empresas que superan el millón de euros anuales de facturación.

El líder sectorial, con producciones en otros sectores, facturó en 2023 sólo por las especias y condimentos unos 147 millones de euros, con una producción de 38.200 toneladas, mientras que la segunda empresa (con una marca de fabricante muy reconocida en el mercado) llegó a 71 millones de euros (su producción rondó las 4.800 toneladas) y la tercera, a 62 millones de euros (con datos de facturación de otros sectores). Finalmente, la cuarta empresa facturó cerca de 42,8 millones de euros en el ejercicio 2023 y el resto de las compañías quedaron por debajo de los 31 millones de euros.

Las marcas de distribución (MDD) tienen una gran importancia también en este mercado por los precios más baratos. En 2023 representaban casi el 50% de las ventas en volumen en hipermercados y supermercados, mientras que la primera oferta con marca de fa-

bricante (MDF) tenía una cuota del 5,3% y la segunda del 3,4%, según la consultora Circana. Al igual que en el año precedente, en 2023 disminuyó la cuota de las MDD y aumentó la de las MDF.

COMERCIO EXTERIOR

Los principales fabricantes y comercializadores de especias han conseguido vender fuera de nuestras fronteras una parte significativa de su producción, por lo que España ha dejado de ser importador neto a tener una balanza comercial positiva en este campo.

En 2023 se exportaron especias y hierbas por un volumen de 112.099 toneladas, un 1% menos que en el año anterior. Asimismo, el pimentón, el azafrán y, en menor medida, el orégano fueron las principales especias exportadas.

Los principales mercados de destino de estas exportaciones fueron Estados Unidos, Francia, Alemania, Reino Unido, Italia, Países Bajos y Portugal.

Por su parte, las importaciones alcanzaron las 107.303 toneladas, según datos del Ministerio de Comercio. Este volumen fue superior en un 4% al de 2022. Los países que más vendieron a España fueron China (casi el 40%), Irán, Perú, India y Alemania. En general, las especias más importadas fueron pimienta, canela y nuez moscada. ■

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS ESPECIAS

EMPRESA	Mill. Euros
Sabater Spices (Grupo)	147
Jesús Navarro S.A.(Carmencita)	71
Manufacturas Ceylan, S.L.	62
Juan José Albarracín S.A.	42,8
Paprimur S.L.	31
Pimursa S.L.	30
Mccormick España, S.A.	29,2
Juan Navarro García S.A.	23,45
Grupo Conservas Dani, S.A	22,2
Félix Reverte, S.A.	14,5

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. Ventas por especias

SALSAS

Confirmado la tendencia del año anterior, el sector industrial de las salsas volvió a crecer en 2023 gracias a la positiva evolución de la demanda en el canal hostelería y restauración, aunque también en los hogares se mejoraron los niveles de consumo. La producción, por su parte, se mantuvo gracias a la mayonesa y a otras salsas emulsionadas.

La producción total de salsas a nivel nacional no es fácil de calcular, por la diversificación del producto. Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos que publica el INE, la producción de salsa de tomate y ketchup alcanzó en 2023 las 406.470 toneladas (un 2% menos que un año antes) por un valor de 534 millones de euros (un 18% más).

Por su lado, la producción de mayonesa y otras salsas emulsionadas llegó a 255.573 toneladas (3% más que en 2022), por un valor de 450 millones de euros. Asimismo, se produjeron en las industrias 5.353 toneladas de mostaza elaborada (un 8% menos), por un valor de 11,9 millones de euros.

Finalmente, la producción de salsa de soja alcanzó las 89,2 toneladas (38 menos que un año antes), por un valor de 363.000 euros. Asimismo, se produjeron también 128.935 toneladas, un 18% más que un año antes, de otras salsas y condimentos no especificados, por un valor de 520,6 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, otras novedades son las salsas étnicas y picantes, así como también las elaboradas con la receta de cocineros de renombre.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La estructura empresarial del sector de las salsas está formada mayoritariamente por grandes grupos empresariales de ámbito internacional, junto a empresas especializadas de ámbitos como las conservas vegetales o las aceitunas de mesa.

El principal fabricante de salsas ambiente en volumen (no en facturación como grupo), es una conservera que tiene su fortaleza en el tomate frito y produjo en 2023 cerca de 93.000 toneladas anuales. Su facturación superó los 490 millones de euros ese año.

El segundo grupo es una filial de una compañía multinacional, con una producción en 2023 de 85.000 toneladas entre tomate, ketchup y mayonesa, mientras que la tercera empresa en volumen producido también es local y sobresale en salsa de tomate, con una producción anual por debajo de las 54.000 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) volvieron a ser las primeras en cuota de mercado, incrementando además los porcentajes del año anterior. Así, en el segmento de la mayonesa, tuvieron un 48,6% de la cuota en volumen, en las ventas de hipermercados y supermercados, según datos de la consultora Circana. En el caso del ketchup, el porcentaje fue del 63,4%. En este último caso, el primer grupo con marca de fabricante (MDF), que tiene varias reseñas, incluida una baja en calorías, obtuvo una cuota de mercado en volumen del 22,8% en 2023, porcentaje inferior al del año anterior.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE SALSAS REFRIGERADAS Y EN AMBIENTE

EMPRESA	Mill. Euros
Nestlé España, S.A. * Grupo	2.496
Unilever España, S.A Grupo (*)	600
Conservas El Cidacos *	490
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	266,9
Grupo Helios*	265
Industrias Alimentarias de Navarra, S.A.U (Grupo IAN)*	216,1
H.J. Heinz Food Spain, S.L.*	145
CHOVI*	69,1
Carnes Y Vegetales (APIS Group)*	69
Salsa Rica, S.L	64

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones

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 2023 se exportaron un total de 262.464 toneladas y se importaron 103.744 toneladas. En ambos casos se produjo un descenso con respecto a las cifras del año anterior (del 3% en el primero y del 5% en el segundo).

CONSUMO Y GASTO EN SALSAS

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 130,2 millones de kilos de salsas y gastaron 668,1 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 2,8 kilos de consumo y 14,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la mayonesa (1,1 kilos por persona y año), seguido del ketchup (0,5 kilos per

Tanto dentro de las exportaciones, como de las importaciones, la principal partida fue la de ketchup y las salsas similares: 115.417 toneladas exportadas y 16.592 toneladas importadas. En ambos casos hubo incrementos notables con relación a las cifras del año anterior.

Otras partidas significativas dentro de las importaciones fueron las de mostaza y las de salsa de soja, mientras que la de mayonesa fue muy pequeña.

La exportaciones de salsas españolas van a parar principalmente a los países de la Unión Europea, mientras que las importaciones proceden, además de los países comunitarios, de otros como Estados Unidos.

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 34,3%, con un total de 4,9 euros por persona, el ketchup presenta un porcentaje del 11,2% y un total de 1,6 euros por persona al año, y la mostaza supone el 2,8% del gasto total en salsas, con 0,4 euros per cápita, mientras que el resto de salsas alcanza un importante porcentaje del gasto, un 51,7%, con 7,4 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN SALSAS DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL SALSAS	130,2	2,8	668,1	14,3
KETCHUP	22,4	0,5	75,9	1,6
MAYONESA	51,4	1,1	227,1	4,9
MAYONESA LIGHT	9,5	0,2	43,0	0,9
MOSTAZA	3,7	0,1	20,4	0,4
OTRAS SALSAS	52,8	1,1	344,8	7,4



DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de salsas durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de salsas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra trabaja fuera del hogar, el consumo de salsas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con menos de 35 años, el consumo de salsas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene más de 65 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de salsas, mientras

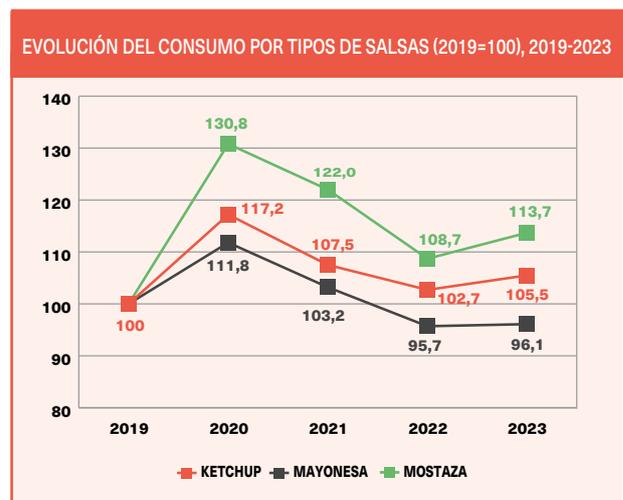
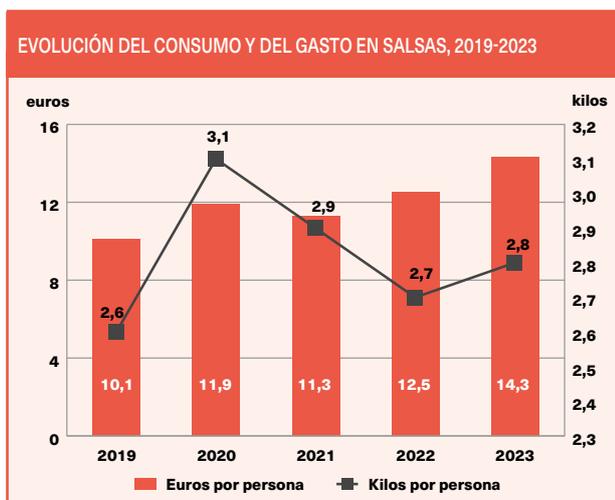
que los índices son más reducidos en los hogares conforme aumenta el número de miembros.

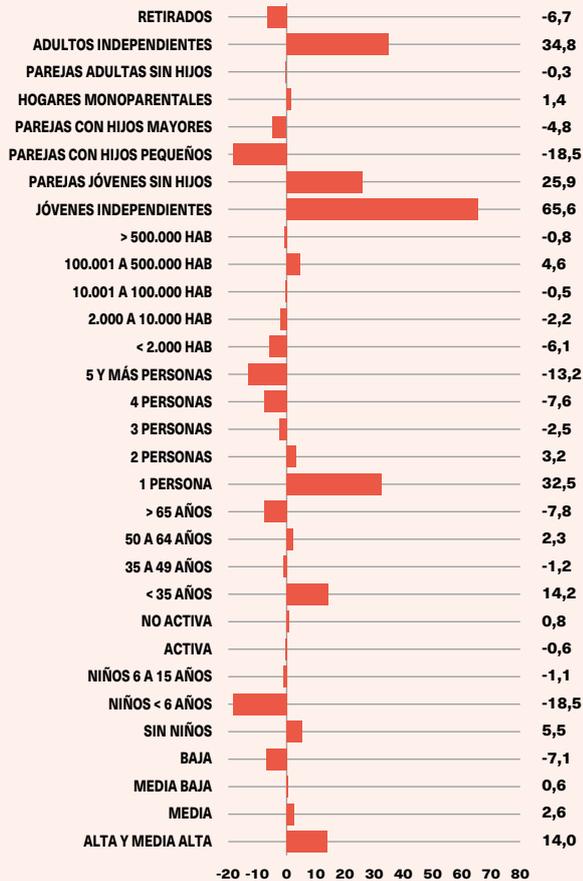
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de salsas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones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

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de salsas ha aumentado 0,2 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 4,2 euros per cápita especialmente por el repunte del ejercicio 2020 motivado por los efectos de la COVID-19, aunque en los años 2021 y 2022 se produce un reajuste a la baja, frenado con el repunte experimentado en el año 2023. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado tuvo lugar en el ejercicio 2020 (3,1 kilos por consumidor) mientras que el gasto más elevado se produce en 2023 (14,3 euros por persona).

En la familia de salsas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha seguido una tendencia similar en los distintos productos, destacando el repunte durante el año 2020 por los efectos de la COVID-19 y el ajuste a la baja en los años 2021 y 2022; el repunte del año 2023 también se observa en todos los productos analizados. Respecto a la demanda de 2019, el consumo de mostaza y kétchup ha experimentado un crecimiento; por el contrario, la mayonesa presenta un ligero descenso. ■

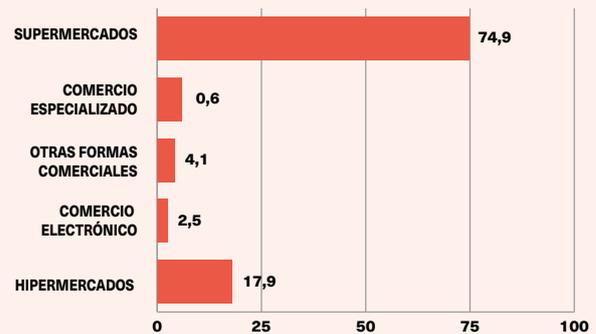


**DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE SALSAS
EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)***


* Media nacional = 2,8 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de salsas a los supermercados (74,9% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 17,9%. Los establecimientos especializados representan un 0,6%, el comercio electrónico el 2,5% y las otras formas comerciales el 4,1% restante.

**CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SALSAS
POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023**

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CONDIMENTOS
CANARIAS
DENOMINACIÓN DE ORIGEN

COCHINILLA DE CANARIAS

CASTILLA-LA MANCHA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

AZAFRÁN DE LA MANCHA *

EXTREMADURA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PIMENTÓN DE LA VERA *

MURCIA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PIMENTÓN DE MURCIA *

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

Cochinilla de Canarias

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción de la Cochinilla, abarca las siete islas del archipiélago Canario. En Tenerife, Gran Canaria, La Gomera, La Palma y El Hierro, la cochinilla se produce en la zona de costa y en la zona de medianías hasta 1.200 msnm. En Fuerteventura y Lanzarote, la zona de producción abarca todo el territorio agrario por debajo de los 600 msnm.

CARACTERÍSTICAS: Es el producto en bruto de origen animal obtenido en Canarias resultante de la desecación natural de las hembras adultas del insecto hemíptero de la familia de los cóccidos *Dactylopius coccus* (conocido tradicionalmente como cochinilla), una vez recolectado de las palas de la tunera (*Opuntia ficus indica*). La textura del producto es de apariencia granulosa y seca al tacto. Contenido en ácido carmínico: mayor o igual a 19 % sobre sustancia seca y humedad: menor o igual a 13 %. El color varía dentro de la gama de gris oscuro al negro, con tonalidades rojizas y blanquecinas por los restos de la cera algodonosa que protege al gránulo. Las fases de la producción que deben llevarse a cabo en la zona geográfica son: cultivo de la planta huésped, inoculación, desarrollo y recolección del insecto, secado del producto cribado y acondicionamiento antes del envasado. El envasado se debe efectuar de la forma más inmediata posible al secado y cribado, motivo por el cual el envasado del producto final debe producirse en la zona geográfica de Canarias y concretamente en el lugar de producción, evitando así cualquier alteración de las características fisicoquímicas y organolépticas del producto, al objeto de salvaguardar su calidad.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.



Azafrán de La Mancha

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración amparada abarca 82,7 hectáreas en 332 términos municipales de las provincias de Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo.

CARACTERÍSTICAS: Es una especia constituida por los estigmas florales del *Crocus sativus* L. unidos a

su correspondiente estilo y adecuadamente desecados. Este azafrán se caracteriza por sus hebras flexibles y resistentes, de un color rojo vivo brillante, aroma intenso, seco y penetrante, ligero aroma a mies o hierba fina con reminiscencias florales y un sabor ligeramente amargo, aromático y seco (no astringente).

DATOS BÁSICOS: En los registros de la DOP hay inscritos 250 productores y 19 empresas envasadoras, que producen y comercializan 520 kilos al año de Azafrán de La Mancha con DOP.



Pimentón de La Vera

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada abarca 50 términos municipales del norte de la provincia de Cáceres, con unas 1.400 hectáreas en la comarca de La Vera, que goza de un microclima privilegiado y suelos con gran proporción de materia orgánica.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos son del género *Capsicum 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.

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 alimentaria 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 2023 la producción de sal de cocina ascendió a 57.447 toneladas (un 8% menos que en 2022), por un valor de 21,9 millones de euros, un 18% por encima del año anterior. Estas cifras incluyen la producción total, así como las existencias.

De la producción total de sal, el grueso correspondería a sal gema o de roca y el resto sería sal de mar.

Además del uso en cocina, la sal se emplea en la industria alimentaria, tanto para humanos como para animales, y principalmente en la industria química.

Según los datos del Panel de Consumo que elabora el Ministerio de Agricultura, el consumo doméstico de sal disminuyó en 2023 en volumen, algo que ya ocurrió también en los dos años previos. Se consumieron 46,8 millones de kilos de sal (un 3,4% menos que en 2022), por un valor de 28,3 millones de euros (un 3,4% más). El consumo per cápita rondó los un kilo al año, un 4,5% menos que en 2022.

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.

A este respecto, por detrás de Alemania en la producción comunitaria de sal están Países Bajos, Francia y España.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En España hay unas 20 empresas dedicadas a la producción de sal. La estructura empresarial de este sector es muy variada, ya que las empresas están distribuidas por todo el territorio nacional, incluidas las islas, y hay muchas 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, Ibiza, Murcia, y Alicante. Estas cinco salineras cuentan con una superficie de 7.200 hectáreas para la producción de sal, representan casi al 85% de la producción nacional de sal marina y su producción anual media ronda las 720.000 toneladas de sal para usos alimentarios e industriales. La facturación estimada de estas empresas supera los 50 millones de euros y cuentan con un sello de calidad, certificado por AENOR, que es "100% Sal Marina".

También existen a nivel regional otras asociaciones de productores de sal, 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

La balanza comercial suele tener un saldo positivo, pero además en 2023 se incrementó la diferencia entre compras y ventas.

Así, las exportaciones españolas de sal específicamente para la alimentación humana superaron las 124.104 toneladas, un 4% más que en el año anterior, según los datos del Ministerio de Comercio. Por su parte, las importaciones sumaron 18.359 toneladas, un 15% menos. ■



CONSUMO Y GASTO EN SAL

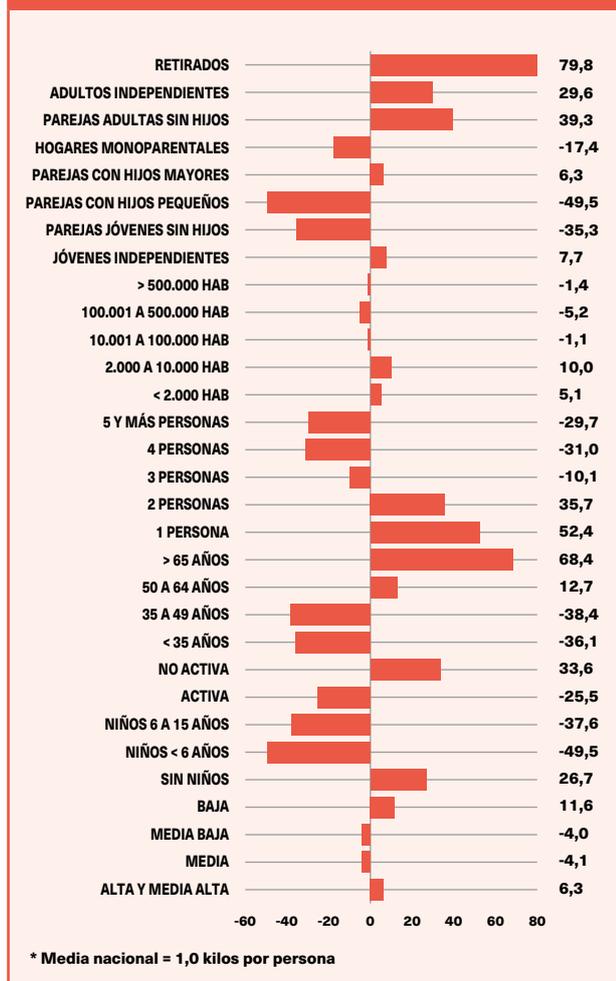
Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 46,9 millones de kilos de sal y gastaron 28,3 millo-

nes de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 1,0 kilos de consumo y 0,6 euros de gasto.

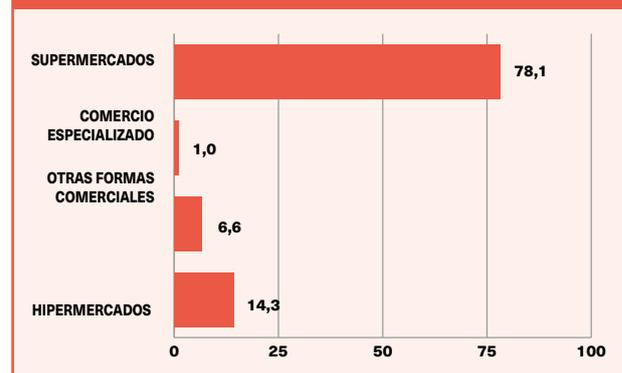
CONSUMO Y GASTO EN SAL DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL SAL	46,9	1,0	28,3	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 (%), 2023



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sal a los supermercados (78,1% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 14,3% y los establecimientos especializados llegan al 1,0%. Las otras formas comerciales suponen el 6,6% restante.

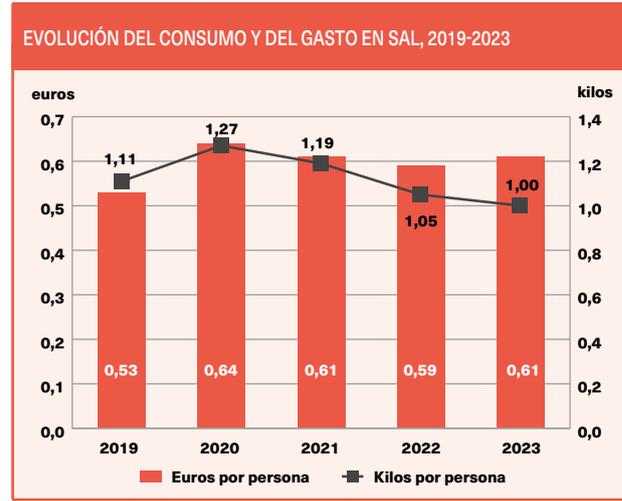
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de sal durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de 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 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 entre 35 y 49 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 (entre 2.000 y 10.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de sal, mientras que los menores consumos tienen lugar en las grandes ciudades (de 100.000 a 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Navarra y La Rioja cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Asturias, Cantabria y Castilla y León.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de sal se había mantenido estable aunque en el ejercicio 2020 se produce un repunte motivado por los efectos de la COVID-19. En el periodo 2019-2023, 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 2019-2023 y respecto a la demanda de 2019, 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 en los ejercicios siguientes. ■



VINAGRE

A pesar de la caída de las exportaciones, el sector industrial del vinagre tuvo en 2023 un buen balance gracias al aumento de la producción.

En España, la producción de vinagre está vinculada al vino, pero en otros países se comercializan vinagres elaborados a partir de frutas como la manzana, la naranja o incluso el plátano. Asimismo, en países como Estados Unidos o el Reino Unido son muy populares los vinagres de cereales, entre otros.

La producción nacional de la industria del vinagre (de vino y otros tipos) aumentó en 2023 un 5,2% en volumen hasta los 167,5 millones de litros y alcanzó un valor 120,8 millones de euros, un 37% más que en el año anterior, según la Encuesta Industrial de Productos, que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE).

De la producción total, casi 116 millones de litros eran vinagre de vino y 51,2 millones de litros eran vinagre de sidra, cerveza, etc. En el primer caso, el volumen producido en 2023 fue menor que el del año anterior, pero en el segundo fue muy superior.

Por su lado, el valor del vinagre de vino superó los 84,5 millones de euros, muy por encima de 2022, mientras que el de los otros vinagres se incrementó de 21,5 millones de euros a 36,3 millones, gracias también a la mayor producción en volumen.

En otro orden, según los datos del Ministerio de Agricultura, en la campaña 2023 se destinó a la elaboración de vinagre 242.243 hectolitros de vino, un 1,6% más que en el año anterior. La mayor parte de ese vinagre procedió de vinos de uva blanca.

En los últimos tiempos, ha crecido mucho la producción de vinagres amparados con denominaciones de

origen protegidas (DOP), que son todos andaluces: Jerez, Condado de Huelva y Montilla-Moriles. Entre las tres denominaciones suman una producción de vinagre protegido de unos 3,5 millones de litros, de los cuales más del 50% lo aporta el vinagre de Jerez.

Además de estas denominaciones de origen, en Aragón también hay una producción de vinagre amparada por una marca de calidad (vinagre de Calatayud), que saca al mercado una producción embotellada cercana a los 300.000 litros, que se comercializa principalmente en el mercado nacional, aunque también hay exportaciones.

En la distribución organizada, los vinagres de vino blanco son la principal oferta en el mercado, con cuotas que rondan el 70% del total en volumen, aunque en valor su cuota es del 30%.

Por detrás se sitúan, en volumen, los vinagres de manzana (12%) y los vinagres balsámicos (8%), aunque su cuota en valor supera a los vinagres de vino blanco.

El resto de la cuota de mercado del vinagre en distribución organizada es para los vinagres de vino tinto (7%) y para los vinagres con marca de calidad (entre los que destacan los de Jerez).

Las marcas blancas (MDD) han alcanzado una gran importancia en la distribución organizada, con porcentajes de la cuota de mercado cercanos al 80% de todas las ventas en volumen. Entre los vinagres balsámicos, las marcas blancas controlan el 45% del total de ventas en volumen.

El nivel de consumo de vinagre entre los españoles es más reducido que el de muchos otros países europeos. Así, se registran unos consumos de 1,2 litros por persona y año, mientras que en Bélgica llegan hasta los 2,7 litros per cápita, en Alemania se sitúan en 2,2 litros y en Francia casi llegan a los 2 litros.

Los consumidores españoles demandan principalmente vinagres de vino y, en los últimos tiempos, parecen optar por vinagres de mayor calidad, con denominación de origen, balsámicos o incluso por cremas de vinagre.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Desde hace ya algunos años el sector del vinagre industrial está sumido en un proceso de concentración que está provocando la reducción del número de pequeñas y medianas empresas productoras y comercializadoras.





La abundancia de empresas productoras y comercializadoras es un hecho que contrasta con lo que sucede en otros países de nuestro entorno comunitario, donde pocos productores dominan el mercado.

Actualmente en el mercado nacional operan menos de 40 empresas en el sector del vinagre. El principal grupo del sector de la vinagre alcanza una cuota por debajo del 8% del total de las ventas en volumen, mientras que el segundo operador tiene una cuota del 3% en volumen.

Las denominaciones de origen del vinagre están relacionadas con sus homónimas del sector del vino, pero no todas las bodegas están registradas como productoras de vinagre. Así, por ejemplo, en la DOP Condado de Huelva, había registradas en 2023 como productoras de vinagre 8 bodegas; en la DOP Vinagre de Jerez 22 bodegas elaboraron vinagre ese año y en la DOP Vinagre Montilla Moriles, otras cinco.

COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior de vinagres es muy favorable para España, ya que las exportaciones superan ampliamente a las importaciones. Sin embargo, al igual que sucedió un año antes, en 2023 se redujeron de nuevo las exportaciones, pero también las importaciones (en el año anterior se habían disparado). Según los datos del Ministerio de Comercio, se vendieron fuera 60,6 millones de litros de vinagres y sucedáneos, prácticamente 6 millones menos que en el ejercicio anterior. El valor de esas ventas superó los 55 millones de euros, un 4,7% más.

Por su lado, se compraron 19,6 millones de litros, casi 7 millones menos que un año antes. El valor de las compras fue 18,7 millones de euros, un 1,7% menos que un año antes.

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 los de la UE, con Francia e Italia a la cabeza. También son importantes las compras desde Reino Unido y desde Estados Unidos, que suele importar vinagre de mayor calidad (denominación de origen), cuyo valor en el mercado es mayor.

En este sentido, un gran porcentaje de las ventas de vinagre con denominación de origen o marca de calidad diferenciada, se exporta con porcentajes que van por encima del 60% de la producción en el caso de la DOP Vinagre de Jerez, al 20% en el caso de la Vinagre de Calatayud.

En 2023 el balance de las exportaciones de vinagre de la DOP Vinagre de Jerez fue negativo por la caída de las ventas a granel.

En cuanto a las importaciones, destacan las de vinagres balsámicos de origen italiano, aunque su volumen ha disminuido de manera notable durante los últimos años al comenzar a elaborarse este tipo de vinagres en nuestro país. Por detrás de los balsámicos, a mucha distancia, se posicionan las importaciones de vinagre de manzana. ■

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

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

VINAGRE DE JEREZ *

VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA *

VINAGRE MONTILLA-MORILES ****

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

VINAGRE DE VINO

LA RIOJA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

VINAGRES VÍNICOS

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



Vinagre del Condado de Huelva

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción de vinagre protegida se extiende sobre una superficie de 4.500 hectáreas de viñedo repartidas en 18 municipios de la provincia de Huelva, coincidentes con la denominación de origen de los vinos Condado de Huelva.

CARACTERÍSTICAS: Se obtiene a partir de vinos procedentes de la DO que son sometidos a un proceso de acetificación, clarificación y filtración y que posteriormente se someten a envejecimiento y son enriquecidos con vino generoso que aumenta el residual de alcohol y que al reaccionar con el ácido acético mejora el aroma del vinagre. Se producen Vinagres del Condado de Huelva, que son los del año, y Vinagres Viejos del Condado de Huelva, que son de tres tipos: Solera, envejecido mediante el sistema de criaderas y soleras durante un tiempo superior a seis meses e inferior a un año; Reserva, con el mismo tipo de envejecimiento pero con un tiempo superior a un año, y Añada, envejecido mediante el sistema de añadas durante más de tres años.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran 11 empresas bodegueras, que producen más de 3,5 millones de litros de vinagre comercializados con la DO.

Vinagre de Jerez

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito de producción de la Denominación de Origen Protegida Vinagre de Jerez está constituido por 7.000 hectáreas de los municipios de Chipiona, Rota, Puerto Real, Chiclana de la Frontera, Trebujena, Jerez de la Frontera, El Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda. En estos tres últimos municipios también se encuentra la zona de envejecimiento reconocida oficialmente.

CARACTERÍSTICAS: El vinagre se obtiene, únicamente, del mosto/vino de la Denominación de Origen Jerez/Xerès-Sherry y Manzanilla Sanlúcar de Barrameda. Su crianza se realiza en vasijas de madera, con un envejecimiento mínimo de 6 meses para los vinagres de Jerez de tipo normal y más de 2 años para el Reserva y 10 años para el Gran Reserva. Su color característico es caoba oscuro. Destaca a la nariz su presencia en madera y su sabor es concentrado y generoso.

DATOS BÁSICOS: Hay 27 empresas elaboradoras de Vinagre de Jerez que comercializan 5,3 millones de litros anuales, de los que el 50% se exporta.

CAFÉ

El sector industrial del café continuó en 2023 la senda de la recuperación que había iniciado un año antes, gracias al aumento de la producción y del consumo, especialmente en el canal HORECA.

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos del INE, la producción de café en el año 2023 (sin tostar descafeinado, café soluble, tostado sin descafeinar y tostado descafeinado) ascendió a 216.179 toneladas, un 3% más que en el año anterior, por un valor de 1.899 millones de euros, casi un 3% más también.

El grueso de la producción fue café tostado sin descafeinar (143.012 toneladas, por un valor de 1.197 millones de euros), cuya partida creció significativamente con respecto a los valores del año anterior.

También se produjeron cafés tostados descafeinados (18.151 toneladas, por un valor de 174 millones de euros) y cafés sin tostar descafeinados (105 toneladas).

De acuerdo con la encuesta del INE, también se produjeron en 2023 unas 54.908 toneladas de extractos, esencias y concentrados de café y sus preparaciones, que alcanzaron un valor de 527,5 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 torno a 210.000 toneladas.

UN PAÍS MUY CAFETERO

España es el segundo país de Europa en producción de café soluble; el tercero en café tostado descafeinado y el cuarto mayor productor de café tostado con cafeína.

Cada español consume de media, según datos de esta asociación, unas 500 tazas al año o lo que es lo mismo, 3,81 kilos de café año. De cada 100 tazas de café que se consumen en España, 39 se consumen en hostelería y el resto en el canal alimentación. A este respecto, se tomaron en casa 104.000 toneladas de café, cifra inferior en un 5,1% a la que se consumió durante la pandemia. De ese café que se consumió en casa, el 18% fue descafeinado y el 82% con cafeína. Asimismo, el 36% fue café de tueste natural; el 31% de mezcla; el 20% de cápsulas y el 13% soluble.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CAFÉ

EMPRESA	Mill. Euros
Nestle S.A. Grupo (cafés y sucedáneos)	2.492,87
Jacobs Douwe Egberts ES, S.L.U.	269
Seda Outspan Iberia, S.L. *	186,8
Grupo UCC Coffee	150
Productos Solubles, S.A.	122
Grupo Cafento	99,8
Cafés Candelas, S.L.	82
Grupo Calidad Pascual. Div Café	46,44
Cafés Baqué, S.L.U.	48,88
Grupo Nabeiro (Delta Cafés)	50

FUENTE: ALIMARKET. Año 2022. * Incluye otras producciones

Respecto al consumo en cafeterías y restaurantes, la asociación AECafé estimó un volumen de 22 millones de tazas (67.000 toneladas), que supusieron un crecimiento del 14% respecto al año anterior. En este caso, el 87% fue café con cafeína (el resto descafeinado) y sólo un 2% fue café de cápsulas (el mayoritario, con un 72%, fue el café de tueste natural).

Junto a Portugal y Dinamarca, España es uno de los países de Europa con las cuotas más altas de ventas de café en el canal HORECA. La pandemia hundió hasta un 40% las ventas en ese canal, pero el mercado se recuperó y en 2023 se vendió café en unos 235.000 establecimientos de hostelería.

Por su lado, a nivel mundial la Organización Internacional del Café estimó que el consumo se reajustó un 2% en la campaña 2022/23 frente a la campaña anterior, en la que el consumo creció hasta un 4%. Los principales países productores de café son Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia y Etiopía.

La Unión Europea es el primer consumidor de café en el mundo, por delante de Estados Unidos, Brasil, Japón y Filipinas.

SUCEDÁNEOS DEL CAFÉ

En el mercado español se comercializan algunas bebidas como sucedáneos del café. A mediados del siglo XX, esas bebidas eran muy apreciadas por ser más baratas que el propio café, pero hoy en día su consumo es muy minoritario.

Entre esas bebidas destaca la achicoria, que es la infusión de las hojas de la planta del mismo nombre, una

vez tostadas. En el año 2023, la producción industrial de achicoria se desplomó, en consonancia con la drástica reducción de la demanda de los últimos años. La Encuesta Industrial de Productos del INE registró una producción de achicoria tostada y otros sucedáneos del café tostado cercana a las 420,7 toneladas (un 12% menos que en el año 2022), por un valor de 1,5 millones de euros (un 10% menos).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Al igual que ocurre con otros sectores de la industria agroalimentaria, el del café está copado por pocos y grandes grupos multinacionales, que tienen también negocios en otros sectores agroalimentarios.

Como organización empresarial representativa en el sector está la Asociación Española del Café (AECafé), formada por 105 compañías distribuidas por todas las comunidades autónomas, que operan en alguna de las diversas facetas de la actividad cafetera: importación de café verde, café en grano tostado y molido, fabricación de café soluble, comercialización, distribución, venta y exportaciones.

Esta asociación, que nació en 2018, es heredera de la Federación Española del Café, que fue creada en 1985. Defiende los intereses del 90% del sector cafetero español en todas sus vertientes (importación, distribución y comercialización, tostado y soluble), pues representa a las empresas del café verde, el café soluble y el café tostado. Por lo tanto, la Asociación representa toda la cadena de valor del café en España, un sector que genera unos 6.000 empleos directos y otros 6.000 indirectos.

La principal empresa productora y comercializadora de café en España es filial de una de esas grandes compañías multinacionales, con producciones en varios sectores agroalimentarios. En el último ejercicio computado, la empresa tuvo una producción de unas 42.000 toneladas, superior a la del ejercicio anterior, con unas ventas en el conjunto de sus negocios que superaron los 2.492 millones de euros (el porcentaje que corresponde al café estaría cerca de los 1.000 millones de euros).

La segunda empresa por facturación en el segmento del café llegó a alcanzar un valor de 269 millones de euros, cuatro más que un año antes; la tercera rondó los 187 millones de euros; la cuarta, especializada en productos solubles para las marcas de distribución, se situó en cerca de 150 millones de euros, mientras que la quinta llegó a 122 millones de euros.

En el mercado del café las marcas de distribución (MDD) son muy importantes, pues representan más de



la mitad de las ventas en volumen de café molido comercializado en distribución organizada, frente al 19% de la primera marca de fabricante (MDF). Este porcentaje de las MDD baja hasta el 41% en el caso de las cápsulas, donde la demanda de la marca de fabricante es mucho mayor.

COMERCIO EXTERIOR

Desde hace ya algunos años, el sector del café está haciendo grandes esfuerzos para incrementar los volúmenes de exportación, pues estiman que las perspectivas de futuro pasan por posicionarse adecuadamente en los mercados internacionales.

Dado que en España no hay cultivo de café (excepto la pequeña producción de Canarias), casi la totalidad de la materia prima con la que se elaboran las diferentes ofertas debe ser importada.

En 2023 se compraron, según datos de Comercio, 340.600 toneladas de café (principalmente verde), por un valor de 1.290,7 millones de euros. Con relación al año anterior, se produjo una disminución del 9,5% en volumen y del 6,1% en valor. El grueso de las importaciones procedió de Vietnam y de Brasil, pero también se compró en Indonesia, Uganda y Colombia. Casi el 59% del café verde que se importa es de la variedad robusta y el 41% restante, de la arábica.

Además de café verde, España importa también café tostado (unas 28.000 toneladas) y café soluble (unas

20.000 toneladas). En los últimos años han aumentado las ventas de soluble, mientras han disminuido las de tostado.

Mientras, las exportaciones disminuyeron un 22,4% en volumen, al no superar las 62.685 toneladas, según los datos del Ministerio de Comercio. El valor de estas ventas alcanzó los 388,9 millones de euros, un 4,1% más.

Por países, el café tostado se vendió a Portugal, Francia, Italia, Marruecos y Rusia, mientras que el grueso del café soluble se envió a Reino Unido, Turquía, Grecia, Polonia y Francia.

El mercado del café lleva varios años muy dinámico como consecuencia del impulso que le ha dado la aparición de las cápsulas, las referencias gourmet y las variedades "Premium" y ecológicas, así como también algunas presentaciones listas para ser consumidas.

Otra de las tendencias de los últimos años es el aumento de las ventas de cápsulas de segunda generación, que son los envases sostenibles y biodegradables. Estas cápsulas se imponen cada vez más en los lineales de supermercados e hipermercados. ■



CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 75,7 millones de kilos de café y gastaron unos 1.270,8 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 1,6 kilos de consumo y 27,2 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al café natural (0,7 kilos por persona y año), seguido del café mez-

cla (0,4 kilos per cápita), del café soluble (0,3 kilos per cápita), y del café descafeinado (0,2 kilos per cápita). En términos de gasto, el café natural concentra el 48,9% del gasto, con un total de 13,3 euros por persona, seguido por el café soluble, con un porcentaje del 24,3% y un total de 6,6 euros por persona al año. A continuación, se encuentra el café mezcla, con el 10,7% y 2,9 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN CAFÉ E INFUSIONES DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL CAFES	75,7	1,6	1.270,8	27,2
CAFE TORREFACTO	1,1	0,0	9,5	0,2
CAFE NATURAL	32,6	0,7	620,5	13,3
CAFE MEZCLA	17,0	0,4	137,9	2,9
CAFE DESCAFEINADO	10,2	0,2	173,1	3,7
CAFE SOLUBLE	13,4	0,3	309,2	6,6
SUCEDANEOS DE CAFE	1,4	0,0	20,7	0,4
CAFÉ EN CAPSULAS	17,1	0,4	658,1	14,1
CAFÉ DESCAFEINADO EN CAPSULAS	3,2	0,1	130,6	2,8
CAFÉ NO DESCAFEINADO EN CAPSULAS	13,8	0,3	524,4	11,2

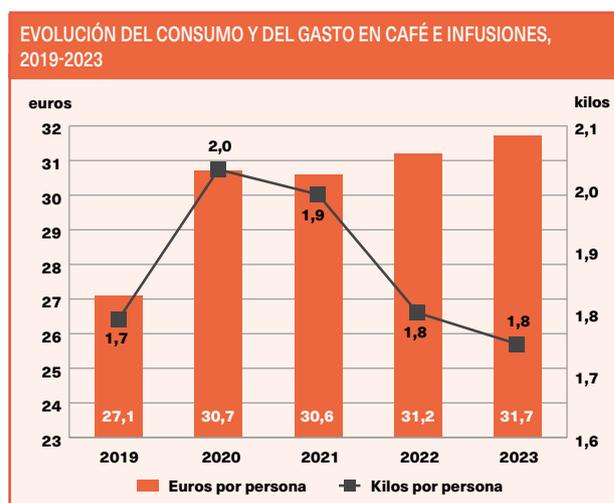
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de café durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

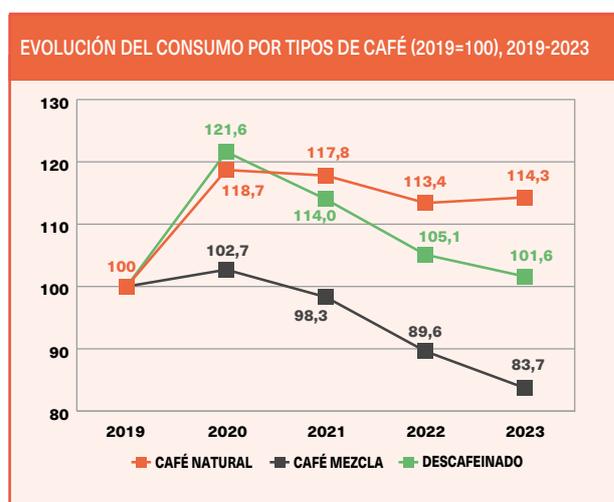
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de café, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de café es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de café es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de café, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de personas que componen el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en grandes centros urbanos (más de 500.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de café, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con menos de 2.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados y parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas Canarias, Asturias y Galicia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Aragón, Navarra y Castilla-La Mancha.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

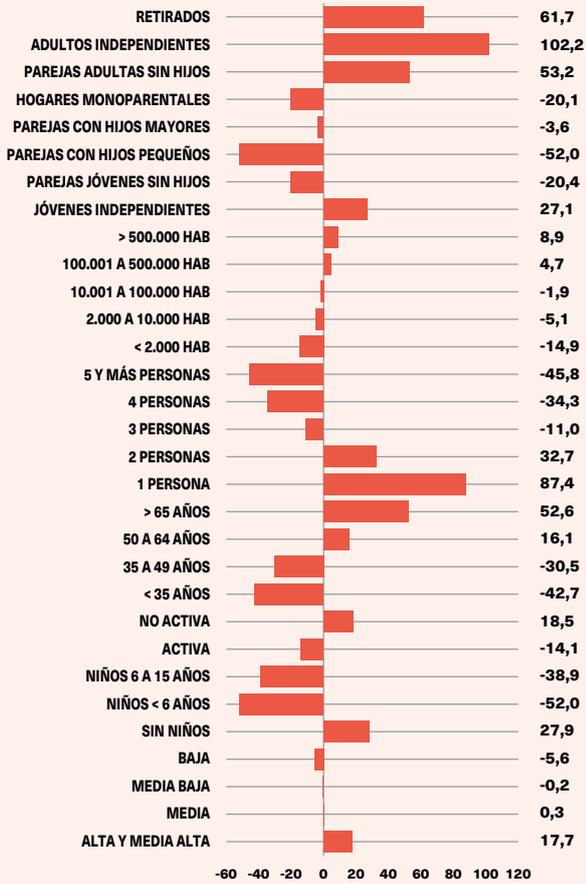
Durante los últimos años, el consumo de café e infusiones se había mantenido estable pero en el año 2020 se produce un ascenso motivado por los efectos de la COVID-19 que progresivamente ha ido disminuyendo durante los años 2021, 2022 y 2023, mientras que el gasto ha experimentado un incremento con respecto a los ejercicios precedentes que continúa en la actualidad. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (2,0 kilos), mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el ejercicio 2023 (31,7 euros por consumidor).



En la familia de café, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2019, todos los niveles de demanda son superiores a excepción del café mezcla.



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

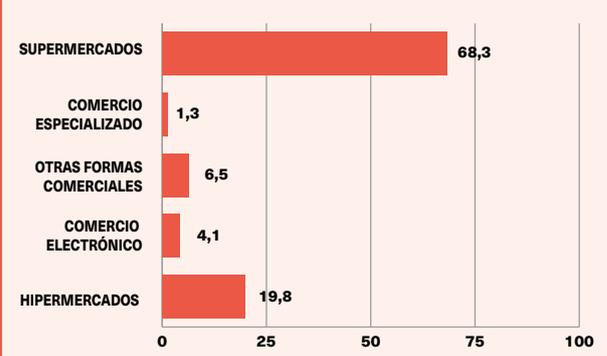


* Media nacional = 1,6 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de café a los supermercados (68,3% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 19,8% y los establecimientos especializados llegan al 1,3%. Comercio electrónico con 4,1% y otras formas comerciales con 6,5% cubren el resto del mercado. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023





INFUSIONES

Las industrias dedicadas a la producción de té e infusiones tuvieron un mal balance en 2023 por la reducción de las producciones, ante la caída del consumo y a pesar de que la oferta se ha adaptado muy bien a las necesidades de los consumidores más jóvenes.

Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos, que publica anualmente el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2023 la producción de tés e infusiones (manzanilla, tila, hierba mate y extractos de té) superó las 4.854 toneladas, un 11% menos que en el año precedente. Sin embargo, el valor de las mismas sumado rondaría los 143 millones de euros, un 12% más que en el año anterior.

De la producción total, 4.061,7 toneladas correspondieron a infusiones (manzanilla, tila, etc.), un volumen inferior al de 2022. El valor de estas producciones rondó los 126,4 millones de euros, 16 millones más que un año antes, según el INE.

Por su lado, la producción industrial de té (verde y negro en envases) se estimó en 745 toneladas (15% menos que en 2022), por un valor de 15 millones de euros.

Además de estas producciones, también hay dentro de la industria de las bebidas refrescantes una línea de productos que usan té o café en sus elaboraciones.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LAS INFUSIONES

EMPRESA	Mill. Euros
Nestle S.A. Grupo (café y sucedáneos) *	2.492,9
Jacobs Douwe Egberts Es, S.L.U (*)	269
Pompadour Ibérica	45,5
Martínez y Cantó, S.L	32,1
Plantafarm, S.A	28
Amoros Nature	22,5
Azaconsa S.L	22,4
Expressate, S-L*	20
Unilever S.A.*	13
Nectarán, S.L	6,5
Murcianica de Herboristería, S.A	5

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

El consumo de infusiones funcionales y de productos más naturales está teniendo un buen comportamiento en los últimos años. Este mercado estaba muy feminizado, pero con la incorporación paulatina de los hombres al consumo se ha conseguido incrementar la oferta.

A nivel mundial, la producción mundial de té ronda los 7 millones de toneladas. Los principales productores de té en el mundo son China (3 millones de toneladas),



India (1,5 millones de toneladas), Kenia (460.000 toneladas), Sri Lanka (300.000 toneladas), Vietnam y Turquía.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Mercado con un alto grado de concentración y una elevada participación de capitales internacionales son los dos rasgos más característicos del sector industrial de productoras y comercializadoras de tés e infusiones en España.

Los primeros dos grupos empresariales del sector tienen otras actividades distintas a la producción de infusiones, pero la primera empresa específica de este sector facturó en 2023 por valor de 45 millones de euros, cifra muy superior a la del año anterior. Este crecimiento lo consiguió por su entrada a gran escala en el mercado de las marcas de distribuidor (MDD). El segundo operador específico del sector superó los 32 millones de euros anuales y el tercero alcanzó los 28 millones de euros.

Entre las diez primeras empresas de este sector hay varios grandes grupos que operan en el sector y que tienen facturaciones mucho mayores procedentes de sus otras actividades (café, especias, etc.).

Las marcas de distribución (MDD) son muy importantes en este mercado, ya que suponen más de la mitad de todas las ventas en volumen de té o de infusiones, si bien en 2023 bajó un poco su cuota de mercado: 49,4% en volumen en el caso de las infusiones y el 52% en volumen en el caso del té.



La primera marca de fabricante (MDF) en el mercado de las infusiones tuvo en 2023 una cuota del 13,2% en volumen y del 24,9% en valor. Por su lado, en el sector del té la primera marca de fabricante tuvo el 15,3% de la cuota en volumen.

Como en el caso del café, en el sector de las infusiones las empresas también se han volcado en la innovación como forma de ampliar su mercado. Propuestas de nuevos sabores y la actualización de ingredientes clásicos como el romero o la lavanda, son algunas de las propuestas junto con la producción biológica u orgánica.

También se están produciendo innovaciones en el envasado de las infusiones, en las que prima la eliminación de los plásticos.

COMERCIO EXTERIOR

Tradicionalmente, la balanza comercial española de las infusiones y el té tiene un marcado carácter negativo. Según los datos de Comercio, las importaciones de té ascendieron a 6.292 toneladas (un 2% menos que en el año anterior) y las exportaciones sumaron 999 toneladas (23% menos).

Además de los tés, en 2023 se importaron 3.082 toneladas de yerba mate (muy consumida por argentinos y uruguayos), un volumen superior en un 7% al del año precedente. Igualmente, se exportaron 122 toneladas, más del doble que un año antes.

A nivel nacional no hay cultivo de té, aunque sí existen algunas producciones muy minoritarias y selectas (como por ejemplo las del llamado "falso té" de Canarias). Por tanto, el mercado español se abastece de té de otros países, como China, India y Alemania.

Por su lado, en el caso de las infusiones, los mayores proveedores son algunos países de la Europa del Este y los Balcanes, seguidos por Reino Unido y Holanda. En los últimos años han aumentado las importaciones de yerba mate, procedentes de Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, que cubren la demanda fundamentalmente de los consumidores migrantes y que cada año se incrementan, al contrario de lo que sucede con las compras de té.

En cuanto a las exportaciones, en el mercado de té y la yerba mate hay varias empresas envasadoras que también comercializan otras infusiones. Asimismo, en regiones como Castilla-La Mancha, Andalucía, Castilla y León o Navarra hay empresas envasadoras que comercializan la manzanilla que se recoge en su zona. ■

CONSUMO Y GASTO EN INFUSIONES

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 6,2 millones de kilos de infusiones y gastaron 210,0 millones de euros en esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 0,13 kilos de consumo y 4,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia al té (0,03 kilos y 1,33 euros por persona y año) seguido de la manzanilla (0,02 kilos y 0,51 euros por persona y año).

CONSUMO Y GASTO EN INFUSIONES DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
INFUSIONES	6,18	0,13	210,03	4,49
INFUSIONES ENVASADAS	5,84	0,12	203,51	4,35
INFUSIONES GRANEL	0,34	0,01	6,53	0,14
TE	1,51	0,03	62,28	1,33
MANZANILLA	0,70	0,02	23,81	0,51
POLEO	0,24	0,01	6,49	0,14
OTRAS INFUSIONES	3,73	0,08	117,46	2,51



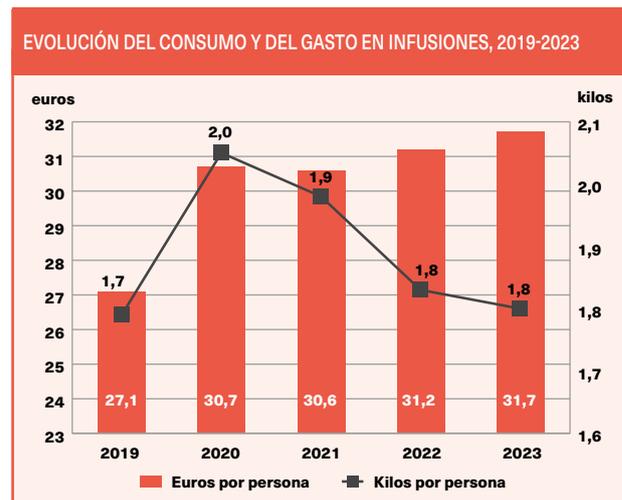
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de infusiones durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

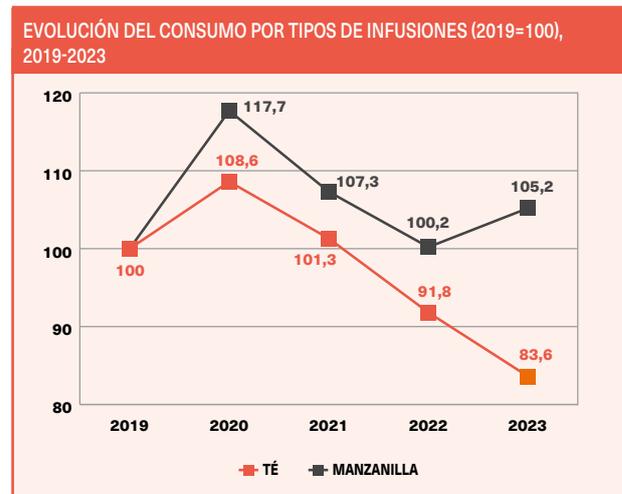
- Los hogares de clase baja cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de infusiones, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de infusiones es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de infusiones es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene entre 35 y 49 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de infusiones, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de personas que componen el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en centros urbanos de 10.000 a 100.000 cuentan con mayor consumo per cápita de infusiones, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población entre 2.000 y 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, retirados, 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, parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas Comunidad Valenciana, Baleares y Asturias cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, País Vasco y Castilla-La Mancha.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

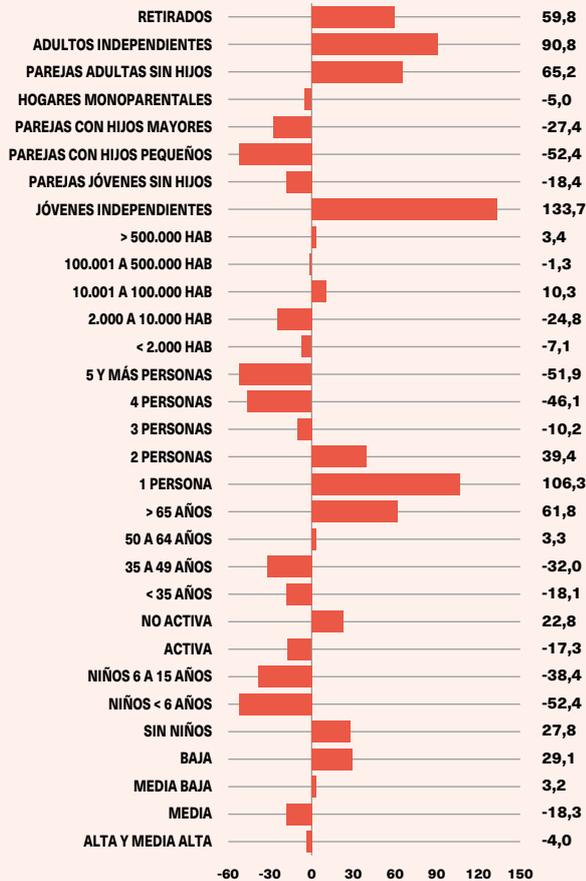
Durante los últimos años, el consumo de café e infusiones se había mantenido estable pero en el año 2020 se produce un ascenso motivado por los efectos de la COVID-19 que progresivamente ha ido disminuyendo durante los años 2021, 2022 y 2023, mientras que el gasto ha experimentado un incremento con respecto a los ejercicios precedentes que continúa en la actualidad. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (2,0 kilos), mientras que el mayor gasto ha tenido lugar en el ejercicio 2023 (31,7 euros por consumidor).



En las infusiones, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido bastante similar para té y manzanilla aunque en el último año hay una divergencia (aumenta la demanda de manzanilla y cae la demanda de té). Respecto a la demanda de 2019, el nivel de demanda de la manzanilla es superior y en el caso del té resulta inferior.



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

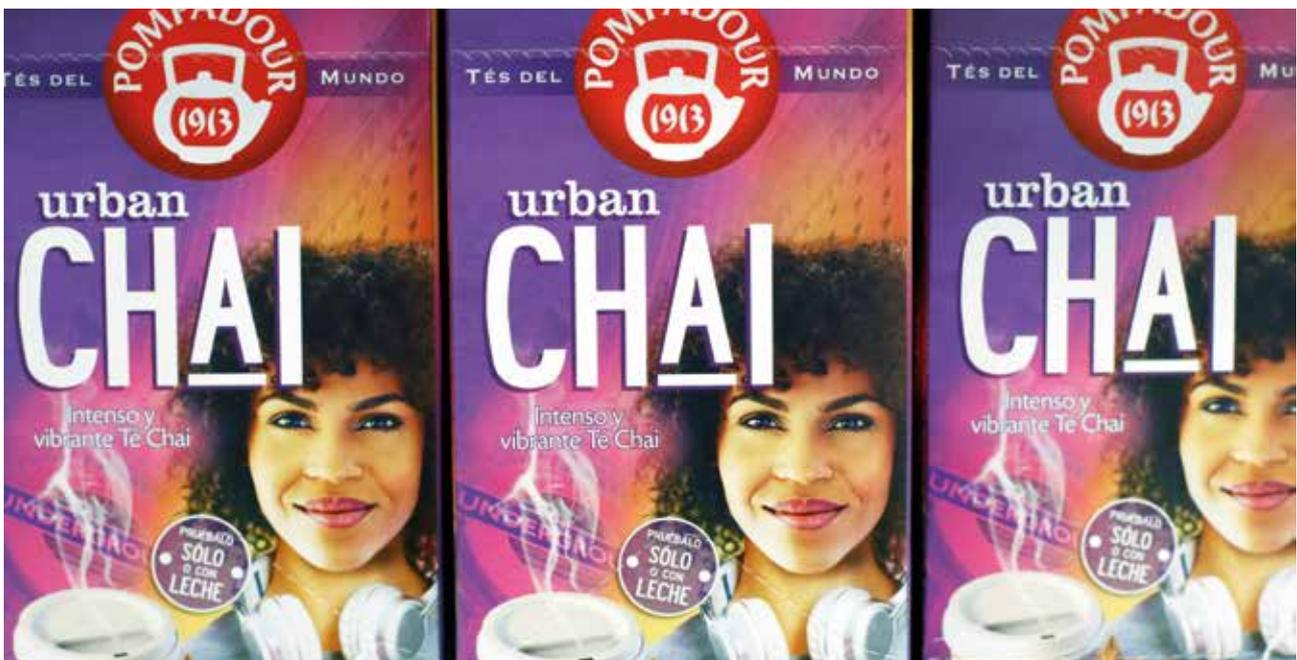
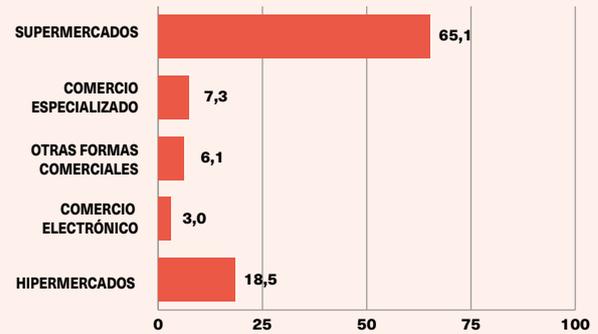


* Media nacional = 0,13 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de infusiones a los supermercados (65,1% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 18,5% y los establecimientos especializados llegan al 7,3%. Comercio electrónico con 3,0% y otras formas comerciales con 6,1% cubren el resto del mercado. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE INFUSIONES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



CERVEZA



Para el sector cervecero español, el año 2023 estuvo marcado por la incertidumbre, después de la recuperación que se experimentó en el año anterior. La producción nacional se mantuvo, pero el consumo doméstico descendió. No obstante, la caída fue atenuada por los buenos datos en el canal HORECA, gracias al turismo.

Según Cerveceros de España, la reducción del consumo se notó especialmente entre los más jóvenes y la cerveza sin alcohol se consolidó como una alternativa popular.

España pasó a ser en 2023 el segundo productor de cerveza de la Unión Europea, por detrás de Alemania y por delante de Polonia. A nivel mundial, España es el noveno país productor.

Las empresas del sector han apostado por eliminar al máximo su huella ambiental a través de la innovación. En estos años se han realizado avances en materia de envases, energía, agua, con el objeto de avanzar para alcanzar el residuo cero en la producción.

Al igual que el vino o la sidra, la cerveza está incluida en el texto de la Dieta Mediterránea, considerada Patrimonio de la Humanidad de la Unesco. La cerveza 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.

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 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.

PRODUCCIÓN NACIONAL

Cerca del 90% de la cerveza que se consume, se produce también en España, por lo que las importaciones son relativamente pequeñas y muy selectivas.

Según los datos que maneja Cerveceros de España, la asociación que agrupa a los principales productores del sector, el valor añadido del sector cervecero alcanza los 9.000 millones de euros.

El consumo nacional de cerveza en 2023 aumentó un 2,8% respecto al año 2022, pero si no se tiene en cuenta el consumo de los turistas extranjeros, la comparación con el año anterior resulta negativa (-3,5%).

Las causas de la pérdida de consumo doméstico son varias y van desde el cierre de establecimientos de hostelería hasta el menor interés de los jóvenes por esta bebida, según datos de Cerveceros de España.

Las empresas asociadas a Cerveceros de España pusieron en el mercado 41,5 millones de hectolitros en 2023, un 0,8% más que en 2022 y un 4,9% más que en 2019, que fue el previo a la pandemia.

De acuerdo con los datos de Cerveceros de España, la comercialización de cerveza registró en 2023, por primera vez desde la vuelta a la normalidad tras la pandemia, un retroceso en las ventas globales. El año se cerró con unas ventas de 38,6 millones de hectolitros, un 0,7% menos.

El aumento del turismo extranjero impactó positivamente en la venta de cerveza en hostelería, que volvieron a superar a las del canal alimentación. En hostelería, predominaron las ventas de cerveza de barril (48,2%) y de cerveza reutilizable (31%).

A este respecto, los envases reutilizables supusieron el 41,6% del total de la cerveza comercializada, un porcentaje superior al del año anterior. Respecto a los envases, el 37,3% de la cerveza se comercializó en botellas de vidrio; el 37,4% en lata y el 25,2% en barril. Hay que destacar que el barril recuperó un año más cuota de mercado gracias a la hostelería.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LA CERVEZA

EMPRESA	Mill. Euros
GRUPO Damm	2.061
GRUPO Mahou-San Miguel	1.917,3
GRUPO Heineken España	1.100
Corporación Hijos de Rivera	829
CIA Cervecera de Canarias, S.A*	160
GRUPO Ágora*	98
La Sagra Brew, S.L (artesana)	23
Bebidas de Calidad Madrid (Cervezas La Virgen)	6,7
La Salve Bilbao, S.L	2,9
Cervezas Gran Vía, S-L	2,9

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023 * Incluye la facturación de otras producciones.

Por zonas geográficas, en 2023 la que más creció en ventas fue Canarias, seguida por la zona noroeste (Galicia, Asturias y León). No obstante, según Cerveceros de España, tanto la zona noroeste como Baleares siguen con un consumo por debajo del nivel que tenían antes de la pandemia.

En cifras globales, el sur fue la zona que registró mayor volumen de ventas a nivel nacional, con un total de 9 millones de hectolitros (el 23% del total). Le siguió la zona centro, con 8,3 millones (21,5%).

Por otro lado, el consumo de cerveza sin alcohol ha dejado de ser anecdótico desde hace unos años. España es el país europeo líder en producción y consumo de cerveza sin alcohol. En 2023 se comercializaron 3 millones de hectolitros, un 3,5% más que un año antes.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Cerveceros de España es la asociación que agrupa a los productores de cerveza. Según sus datos, en 2023 había 456 empresas cerveceras registradas, 38 menos que un año antes. Cataluña encabezaba el ranking, con 105 centros de producción (5 menos que un año antes), seguida de Andalucía (65, siete menos) y Castilla y León (39, dos menos).

La pandemia supuso un cambio de tendencia en el sector, que afectó especialmente a las empresas de menor tamaño. En 2023 continuó la desaparición de centros con una producción inferior a los 50.000 hectolitros.

El mercado de la cerveza en España se encuentra en manos de unos pocos y grandes grupos que tienen unas estrategias globales de producción y comercialización. Cerca del 83% de la producción procede de

tres grandes grupos cerveceros y la producción artesanal de cerveza no llega al 0,2% del total.

En el ranking de los 40 mayores cerveceros del mundo se sitúan 3 compañías de capital mayoritariamente español.

La principal empresa del sector es un gran grupo, que facturó en 2023 un total de 2.061 millones de euros, muy por encima del año anterior. En volumen, este grupo empresarial sacó al mercado 10,84 millones de hectolitros.

Por su lado, el segundo grupo también superó los 1.917 millones de euros, con una producción de 13,1 millones de hectolitros. El tercer puesto en el ranking de las empresas del sector lo ocupó un grupo internacional, con una marca muy introducida en algunas zonas de España, que facturó cerca de 1.100 millones de euros (su producción quedó en 10,2 millones de hectolitros) y la cuarta entidad en el ranking fue un grupo nacional, que facturó unos 829 millones de euros. Desde el sexto lugar al décimo del ranking de empresas, las facturaciones oscilaron entre los 160 millones de euros y los 2,9 millones.

El mercado de la cerveza es más marquista que otros, aunque con los años las marcas van perdiendo peso poco a poco. En 2023, el 33,3% del volumen comercializado en las cadenas de súper e hipermercados fueron marcas de distribuidor (MDD), mientras que la primera marca de fabricante (MDF) tenía el 27,7% de la cuota y la segunda el 15%, según los datos de la consultora Circana. Con respecto al anterior, las MDF perdieron

cuota, que ganaron las MDD. Respecto al valor de esas ventas, la primera MDF representó el 30,4% del total, dos puntos menos que un año antes.

COMERCIO EXTERIOR

Tradicionalmente, España ha sido un país importador de cervezas, pero con los años se ha ido incrementando la exportación y se han ido acortando las diferencias entre compras y ventas.

En 2023, la exportación de cerveza alcanzó los 4,16 millones de hectolitros, un 2,8% menos que en el año anterior, según los datos de Cerveceros de España. A pesar de este descenso puntual, en la última década (1993-2023) la exportación de cerveza española se ha incrementado hasta un 200%.

Un año más, Portugal se consolidó como el principal destino de la cerveza española, con el 22% del total vendido.

En segundo lugar, como destino se situó Cuba, que importó el 20% de las cervezas comercializadas. Por primera vez, este país se posicionó como destino de las ventas de cerveza, por delante de otros países comunitarios.

En cuanto a las importaciones, en 2023 se registró un aumento del 5,4% respecto al año anterior (se compraron 5,74 millones de hectolitros, según los datos de Cerveceros de España). Bélgica volvió a ser el país que más cerveza vendió a España (2,3 millones de hectolitros) y además incrementó sus ventas respecto al año precedente. Por detrás de este país destacaron Francia, Portugal y Países Bajos. ■

CONSUMO Y GASTO EN CERVEZAS

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 902,1 millones de litros de cerveza y gastaron 1.472,1 millones de euros en este producto. En términos per cápita se llegó a 19,3 litros de consumo y 31,5 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la cerveza con alcohol (16,1 litros por persona y año), mientras que la cerveza sin alcohol alcanza 3,2 litros por persona. En términos de gasto, la cerveza con alcohol concentra el 83,2% del gasto, con un total de 26,2 euros por persona, mientras que la cerveza sin alcohol supone el 16,8 del gasto con 5,3 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN CERVEZAS DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL CERVEZAS	902,1	19,3	1.472,1	31,5
CERVEZA CON ALCOHOL	754,4	16,1	1.225,1	26,2
CERVEZA SIN ALCOHOL	147,7	3,2	246,9	5,3
CERVEZA ARTESANALES	0,46	0,01	1,64	0,04

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

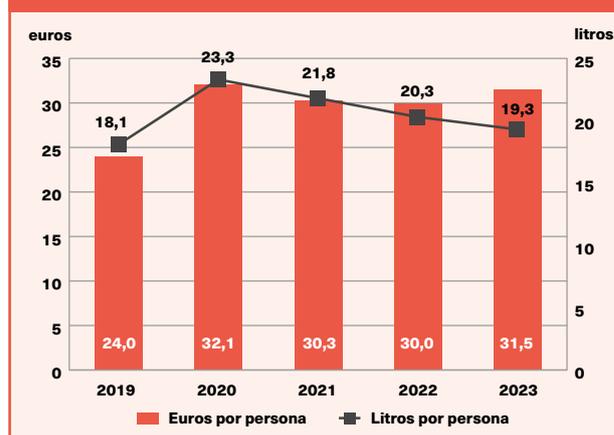
En términos per cápita, el consumo de cerveza durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de cerveza, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de cerveza es superior.
- En los hogares donde compra una persona mayor de 65 años, el consumo de cerveza es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de cerveza, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros que componen el núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en núcleos de población de más de 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de cerveza, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con entre 100.000 y 500.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas adultas sin hijos, parejas con hijos mayores y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas jóvenes sin hijos, las parejas con hijos pequeños y los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, la Región de Murcia, Andalucía y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Cantabria, Galicia y La Rioja.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

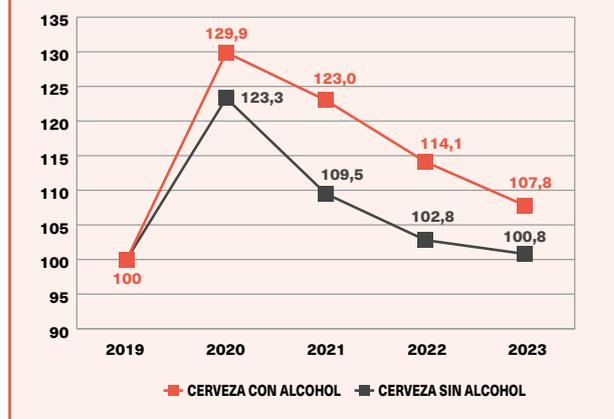
Durante los últimos cinco años, el consumo de cerveza ha contado con distintas variaciones (incremento entre 2019, 2020 y ligeras reducciones durante los siguientes ejercicios) mientras que el gasto ha sido creciente, con aumento en el año 2020 y estabilidad en los tres últimos ejercicios. Entre 2019 y 2023, 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, 2019-2023

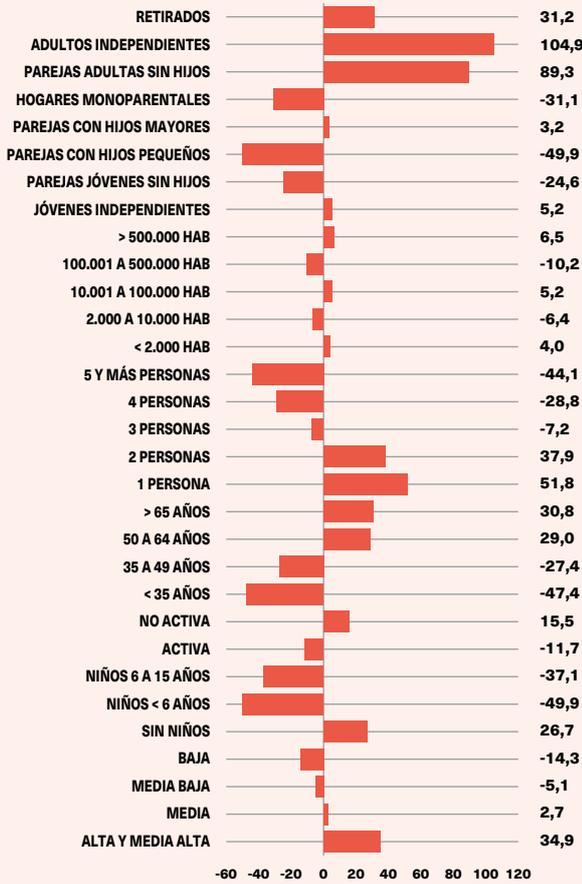


En la familia de cervezas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido bastante parecido para ambas variedades de cerveza (destaca el incremento del año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 y el ajuste a la baja en los años siguientes). Respecto a la demanda de 2019, el consumo tanto de cerveza con alcohol como de cerveza sin alcohol son más elevados.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE CERVEZAS (2019=100), 2019-2023



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

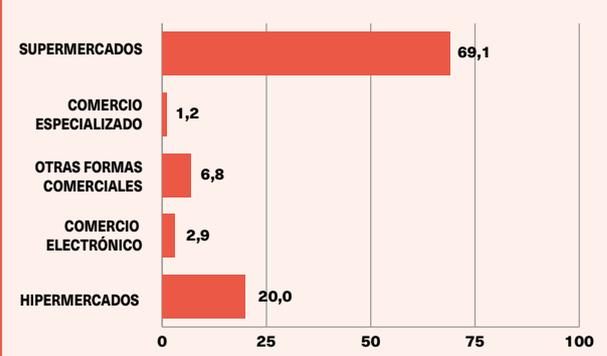


* Media nacional = 19,3 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de cerveza a los supermercados (69,1% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 20,0%. Los establecimientos especializados suponen una cuota del 1,2%, mientras que comercio electrónico con 2,9% y otras formas comerciales con 6,8% cubren la cuota restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE CERVEZA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



AGUAS ENVASADAS



El sector de las aguas envasadas registró en 2023 una caída de la producción, a pesar del aumento del consumo doméstico. Las empresas del sector estimaron que el balance del año confirma su recuperación.

Así, las compras de agua envasada en los hogares españoles aumentaron de nuevo en el año 2023, siendo además de las pocas bebidas que tuvo resultados positivos en este sentido, según los del informe sobre consumo alimentario que publica anualmente el Ministerio de Agricultura. El consumo per cápita de agua envasada en los hogares aumentó ligeramente, hasta situarse en 64,78 litros por persona al año.

España es el cuarto país de la Unión Europea en términos de producción de agua envasada y el sector aporta cerca de 1.550 millones de euros al PIB nacional. Además, en su mayor parte la producción de agua se concentra en el mundo rural, en municipios de menos de 2.000 habitantes, por lo que el sector contribuye a la vertebración territorial del país.

El agua fue un año más la bebida más consumida por los españoles, pero las empresas no aumentaron su producción. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), la producción nacional de agua envasada en 2023 (mineral, con gas y las demás, pero no incluye el agua edulcorada o aromatizada) alcanzó los 10.088,8 millones de litros, un 4,6% menos que un año

antes. El valor de esta producción se elevó a 1.627 millones de euros, un 4% menos también. El grueso de la producción es agua mineral y agua gasificada.

Además de estas producciones, existen también las aguas edulcoradas y aromatizadas (498 millones de litros, en 2023, casi la mitad que un año antes, según datos del INE).

Por su lado, de acuerdo con la Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Envasadas (ANEABE), la más representativa del sector, el año 2023 consolidó la recuperación del sector.

La producción de las empresas asociadas a ANEABE se redujo ligeramente en conjunto hasta los 6.440 millones de litros, cifra que todavía no llega a los niveles anteriores a la pandemia.

En la actualidad, el sector está apostando por utilizar envases y embalajes 100% reciclables, realizados con plástico ya reciclado. Desde hace ya años, el plástico PET es el material más utilizado para la fabricación de los envases donde se comercializa el agua, con más del 65% de la cuota total, seguido por los envases de vidrio, y de papel-cartón. Desde el sector aseguran que el formato PET es el mejor material para envasar, pues garantiza seguridad alimentaria, calidad y facilidad en el transporte, además de reducir 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 envasada están muy concienciadas en mejorar la sostenibilidad, en la línea marcada por el movimiento “plastic-free”.

En este sentido, según ANEABE el 100% de las botellas de agua mineral que se comercializan en España son reciclables y se utiliza de media un 32% de PET reciclado.

Como ocurriera en años anteriores, en 2023 se produjo nuevamente un incremento de las ventas de agua con marca de distribución (MDD), que logró arañar cuota de mercado (hasta el 38,8% en el caso del agua natural) gracias a unos precios más competitivos. La cuota de mercado de las MDD son mayores en el segmento del agua con gas, donde ya se supera el 53% de las ventas.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Las empresas del sector de las aguas minerales volvieron a crecer en el año 2023, a pesar de la subida de los costes de producción (energía) y de la inflación.

El sector de las aguas minerales genera más de 30.000 puestos de trabajo, de los que 6.000 son directos, según datos de ANEABE. Además, el 40% de esos puestos generados por el sector están desempeñados por mujeres.

Los principales operadores de este mercado forman parte de grupos alimentarios con intereses en otras ramas de la industria.

PRINCIPALES EMPRESAS ENVASADORAS DE AGUA MINERAL

EMPRESA	Mill. Euros
Aguas Danone, S.A.	199,5
Calidad Pascual, S.A.U.(División Aguas Envasadas) *	140
Premium Mix Group, S.L (Vichy Catalán Corporation)*	126
Grupo Importaco (Bebidas naturales)*	108,9
Grupo Mahou-San Miguel (Aguas de Solán de Cabras, S.A y Aguas Valle de la Orotava, S.L) *	99,8
Grupo Nestlé (división aguas envasadas)*	94,5
Agua Mineral San Benedetto, S.A.	90,6
Aquabona (Coca-Cola European Partners Iberia)	77,2
Aquadeus, S.L	65
Aguas Minerales de Fargas, S.A*	41,2

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones.

El líder sectorial registró unas ventas en 2023 de unos 109 millones de euros, mientras que el segundo se situó en los 90,6 millones de euros. Entre las primeras empresas productoras y comercializadoras hay varias multinacionales, con negocio en otras áreas del sector agroalimentario.

En todos los casos, la facturación se incrementó notablemente con respecto al año anterior.

La innovación, con la presentación continua de nuevas ofertas, es la principal estrategia para arañar cuotas de ventas en un mercado muy competitivo.



A nivel europeo, el sector de aguas emvasadas está formado por unas 550 empresas y genera unos 50.000 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.

CONSUMO Y GASTO EN AGUAS EMVASADAS

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 3.030,7 millones de litros de aguas emvasadas y gastaron 683,8 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 64,8 litros de consumo y 14,6 euros de gasto.

COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones del agua mineral en 2023 disminuyeron en volumen, pero aumentaron en valor. Según los datos de Comercio, las exportaciones de agua alcanzaron un valor de 78,9 millones de euros, frente a los 80,7 millones del año precedente. En volumen expresado en toneladas, las ventas de agua sumaron 189.270 toneladas, un 12% menos.

El sector está cada vez más interesado en apostar por los mercados exteriores y los niveles de exportación de los últimos años así lo demuestran. ■

El consumo más notable se asocia al agua emvasada sin gas (62,4 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 13,2 euros por persona, mientras que el agua emvasada con gas presenta un porcentaje del 9,6% y un total de 1,4 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN AGUAS EMVASADAS DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL AGUA EMVASADA	3.030,7	64,8	683,8	14,6
AGUA CON GAS	111,0	2,4	64,6	1,4
AGUA SIN GAS	2.919,6	62,4	619,2	13,2



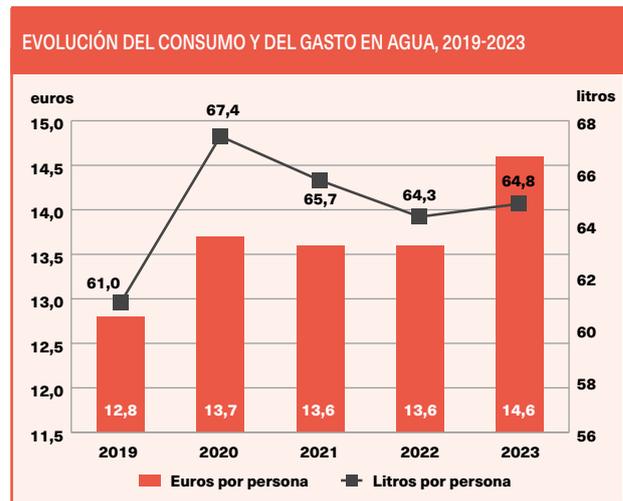
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de agua emvasada durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

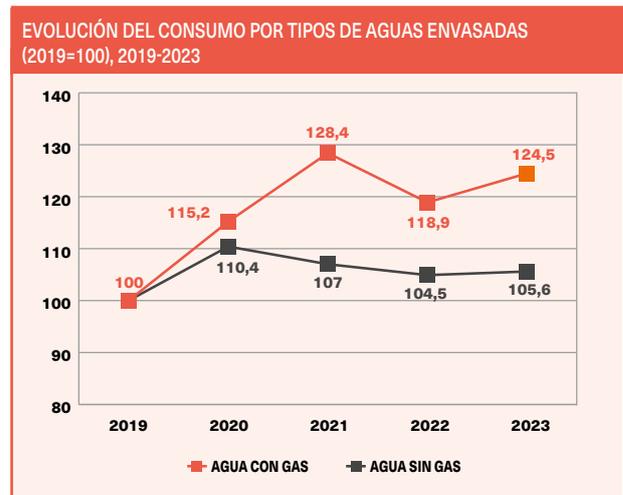
- Los hogares de clase media baja presentan el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de agua emvasada, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños de 6 a 15 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de agua emvasada es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de agua emvasada es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona con edad inferior a 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de agua emvasada, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 10.001 a 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de agua emvasada, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes municipios (mayores de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas sin hijos, independientemente de su edad, y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar en los hogares monoparentales, y entre las parejas con hijos, con independencia de la edad de los mismos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias, Baleares 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

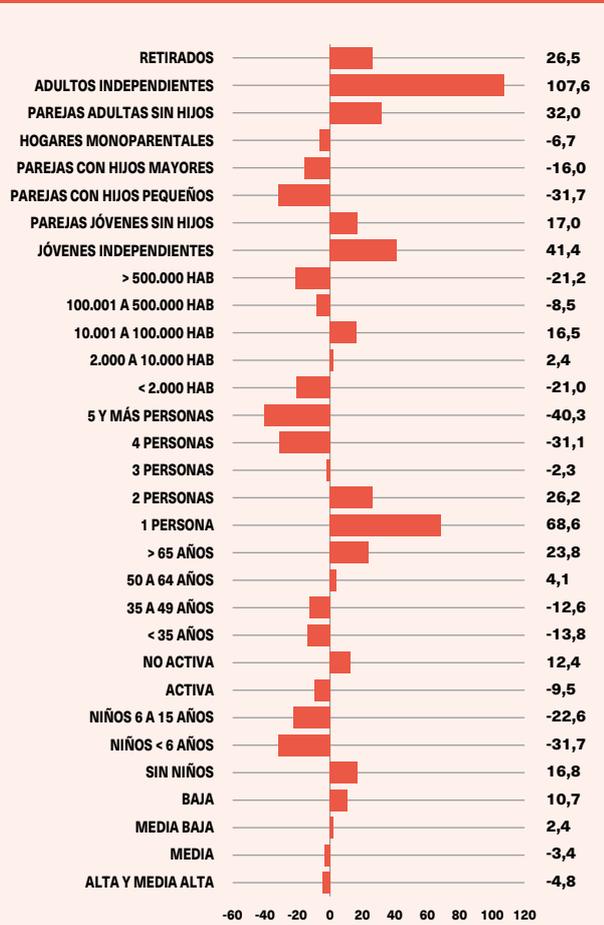
Durante los últimos cinco años, el consumo de agua emvasada ha aumentado 3,8 litros por persona y el gasto ha crecido 1,8 euros per cápita. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2020 (67,4 litros por consumidor y motivado por los efectos de la COVID-19) mientras que el mayor gasto se ha producido durante este ejercicio 2023 con 14,6 euros por consumidor.



En la familia de aguas emvasadas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido bastante similar para los diferentes tipos de producto puesto que, con respecto a la demanda de 2019, el consumo de agua emvasada, tanto sin gas como con gas, ha aumentado. En el último ejercicio, se atiende a una elevación notable del agua con gas.



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

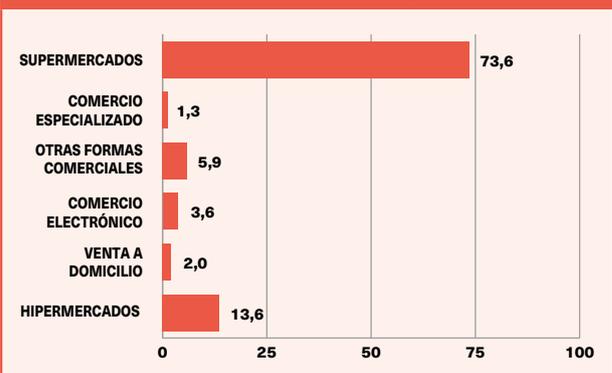


* Media nacional = 64,8 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de agua emvasada a los supermercados (73,6% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 13,6% y los establecimientos especializados representan el 1,3%. La venta a domicilio supone el 2,0% y el comercio electrónico llega al 3,6%, mientras que las otras formas comerciales concentran el 5,9% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE AGUAS ENVASADAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



VINO Y MOSTO



España es el país del mundo con mayor superficie de viñedo y también uno de los tres primeros productores y comercializadores de vino.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, el potencial de producción vitícola de España ascendía en 2023 a 961.173 hectáreas, pues a lo largo del año se autorizaron replantaciones y reconversiones de viñedo. No obstante, la superficie plantada de viñedo de uva de vinificación ascendía a 928.108 hectáreas, distribuidas por todas las comunidades autónomas, si bien Castilla-La Mancha, y con mucha diferencia, es la que tiene la mayor superficie y también la que más vino produce anualmente.

Así, Castilla-La Mancha contaba en 2023 con el 47,7% de la superficie total, muy por delante de Castilla y León (9,1%), Extremadura (8,2%), Cataluña (6,1%), Comunidad Valenciana (6,1%), La Rioja (5,1%), Aragón

(3,8%), Galicia (3,8%), Andalucía (2,6%), Región de Murcia (2,2%), y Navarra (1,8%).

En 2023, el 97% de los viñedos estaban inscritos en alguna denominación de calidad (Denominación de Origen Protegida e Indicación Geográfica Protegida).

Al acabar 2023 había 536.359 explotaciones vitícolas en España, con una superficie media por explotación de 1,73 hectáreas. El 70% de esas explotaciones tiene menos de media hectárea y ocupen el 6% de la superficie. Sólo un 4% explotaciones tenían más de 10 hectáreas, pero representaban el 61% de la superficie de viñedo.

VARIEDADES DE UVA

De la superficie de viñedo total, algo más de la mitad (52,8 %) son cepas de variedades de uva tinta y el resto

(47,2%) de uva blanca y otras variedades (una cantidad muy pequeña).

En los últimos años, la superficie de uvas blancas ha ido creciendo y se acerca cada vez más a la de uvas tintas. A grandes rasgos, las uvas blancas predominan en Cataluña, Galicia, País Vasco, Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura.

Entre todas las variedades de uvas tintas destaca en superficie la tempranillo, que representa un 41,5% del total de variedades tintas y un 21,5% de la superficie total de viñedo. Por detrás de la variedad tempranillo destacan por su superficie, la garnacha tinta, la bobal, la garnacha tintorera, la monastrell y la Cabernet Sauvignon.

Por su lado, entre las variedades de uva blanca sobresale la airén, que representa el 20% de la superficie total de viñedo de España y supone el 44% de toda la superficie de uva blanca. Tras la airén, destacan la macabeo, la verdejo, la pardina y la 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.

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 2023, el valor de la producción de vino y mosto representó el 3% del valor de la Producción Vegetal Final y el 1,7% de la Producción de la Rama Agraria. En ambos casos, los porcentajes fueron inferiores a los del año precedente debido al descenso de la producción. En este sentido, al contrario que en los años anteriores, el volumen de vino y mosto total producido en España se redujo en 2023. A efectos de calcular la renta agraria anual, se produjo un descenso del volumen de vino y mosto del 21,1% y una subida de los precios del 5,9%. El resultado final de estos datos es que el sector generó un valor inferior en un 16,4% al del año precedente y llegó a 1.118 millones de euros.

En la vendimia de 2023 se recogieron para elaborar vinos y mostos un total de 4,3 millones de toneladas de uva, un 20% menos que en el año anterior, de las cuales algo más de 2,5 millones de toneladas fueron uvas blancas y el resto tintas. Por su parte, la producción española de vino y mosto en la campaña 2023/24 se

PRODUCCIONES DE MOSTO Y VINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA (Millones de hectolitros)

	2021	2022	2023
MUNDO	261	258	237
UE	158,7	165,69	148,2
ESPAÑA	39,5	40,6	32,4

FUENTE: OIV, EUROSTAT Y MAPA (* No incluye mosto ni zumos de uva)

situó en 32,4 millones de hectolitros, de los que el 50,2% se elaboraron en Castilla-La Mancha,

De la producción de vino total (28,4 millones de hectolitros), el 46% fueron vinos tintos o rosados y el 54% vinos blancos. Asimismo, un 41% fueron vinos amparados por Denominación de Origen Protegida (DOP); un 10,2% por Indicación de Origen Protegida (IGP) y un 26% fueron vinos varietales.

Tras la vendimia 2023 se calificaron un total de 11,6 millones de hectolitros de vino con Denominación de Origen Protegida (DOP), un volumen inferior en un 19% al de la campaña anterior. Asimismo, en volumen predominaron los vinos tintos sobre los blancos.

En 2023 Castilla y León fue la que produjo más vino con denominación de origen protegida (2,06 millones de hectolitros), seguida de Cataluña (1,8 millones de hectolitros), La Rioja (1,78 millones de hectolitros) y Castilla-La Mancha (algo más de 1,7 millones de hectolitros). En vinos blancos con DOP destacó Cataluña y en tintos, La Rioja.

Asimismo, ese año también se produjeron 2,9 millones de vinos amparados por una Indicación Geográfica Protegida (IGP), un 33% menos que en 2022, de los cuales 2,3 millones correspondieron a la producción de Castilla-La Mancha.

Además de estos volúmenes, se elaboraron un total de 7,1 millones de hectolitros de vinos varietales sin DOP ni IGP (un volumen muy inferior al del año anterior) y cerca de 6 millones de hectolitros de vinos sin indicación geográfica.

COMERCIO EXTERIOR DE VINO

Un año más, España fue el segundo país exportador de vinos del mundo en volumen y el tercero en valor.

Dentro del comercio exterior de bebidas, el vino ocupa un lugar predominante pues representa casi el 70% de las exportaciones y solo el 9% de las importaciones. Desde siempre, los vinos han tenido una histórica tradición exportadora y en 2018 se alcanzó

un récord de ventas que no pudo mantenerse en los años siguientes.

En 2023 (año natural, no campaña comercial) las ventas al exterior de vino y otros productos relacionados (mosto, etc.), alcanzaron un valor de 2.906 millones de euros, un 3,2% menos que en 2022, según los datos de Comercio Exterior. El volumen exportado ascendió a 2.664 millones de litros, de los que 2.026 millones eran sólo vino (un 4% menos). Los vinos envasados españoles alcanzaron hasta 185 países (5 menos que en 2022), siendo los principales destinos por volumen Alemania, Reino Unido, Portugal, Francia y Estados Unidos. Estos cinco destinos representaron el 48% del volumen exportado (vinos envasados). Por su lado, Estados Unidos fue el primer país importador por valor, a pesar de que en 2023 registró un descenso con relación al año anterior.

Respecto a las importaciones, el año se cerró con un aumento del valor de las mismas (5% más, hasta llegar a 300,7 millones de euros) y también con la caída de las compras en volumen (un 4,7%, hasta los 55,6 millones de litros). Los datos de Comercio incluyen las compras de vino y otros productos (mosto, etc.).

VINO EN LA UE

A efectos de calcular la renta agraria comunitaria, el valor generado por el sector del vino en la UE representó en 2023 el 4,8% del valor de la Producción Agraria total, según datos de la Comisión Europea.

La superficie destinada al viñedo se mantuvo estable en 2023. 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, un 0,3% menos que un año antes. Casi un 28,6% 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 148,27 millones de hectolitros, lo que supuso un descenso del 11% con respecto a la campaña anterior, según datos de la Comisión Europea.

Este descenso fue consecuencia de las condiciones climáticas desfavorables en los principales países productores, especialmente en España.

De la producción total, más de 70,3 millones de hectolitros fueron vinos amparados por una Denominación de Origen Protegida (DOP) y casi otros 29,8 mi-

llones de hectolitros por una Indicación Geográfica Protegida (IGP). En ambos casos, las producciones de ese año fueron muy inferiores a las del año anterior.

Los datos de la Comisión Europea no coinciden exactamente con los que publican otras organizaciones internacionales. Para la Comisión, Francia fue el primer país productor de vino y mosto en 2023, con un volumen de 48 millones de hectolitros (sin incluir mosto, como en el caso de España). Por detrás se situaron Italia (con 38,2 millones de hectolitros) y España.

A muy larga distancia de estos tres países se situaron Alemania (8,6 millones de hectolitros); Portugal (7,5 millones); Rumanía (4,8 millones); Hungría (2,9 millones); Austria (2,3 millones) y Grecia (1,4 millones).

Además de ser el país con mayor producción, Francia también elaboró un mayor volumen de vino amparado por una DOP (21,1 millones de hectolitros en 2023) y también por una IGP (11,7 millones de hectolitros).

CONSUMO EN LA UE

El consumo de vino en la UE representa el 48% del total mundial y España es el cuarto país comunitario donde más vino se consume. Según las estimaciones de la OIV, en 2023 se consumieron unos 107 millones de hectolitros de vino, un 1,8 % menos que en el año anterior.

El porcentaje que representa el consumo de vino en la UE con respecto al total mundial ha ido descendiendo en los últimos años.

Francia volvió a ser el país con un mayor consumo dentro de la UE, con 24,4 millones de hectolitros, un volumen más bajo que en el año anterior. Por detrás de los franceses se situaron los italianos, con 21,8 millones de hectolitros (menos que un año antes) y los alemanes, con 19,1 millones de hectolitros (también inferior al consumo en 2022). La cuarta posición fue para España, con 9,8 millones de hectolitros (según la OIV)

VINO EN EL MUNDO

La superficie dedicada al cultivo del viñedo en el mundo está más o menos estable desde hace varios años. En 2023, la superficie mundial total dedicada al viñedo (incluye tanto uva de mesa como uva de

Arabako Errioxa naiz

Eta nire etiketan
esanda dago dena.

Nire jatorriaz
hitz egiten duelako,
kalitate berdingabeaz,
esperientziaz, berrikuntzaz.

**Saltoki eta
jatetxeetan arretaz
begiratu etiketari;
Arabako Errioxa
jarri behar du.**

Soy Rioja Alavesa

Y mi etiqueta
lo dice todo.

Porque habla de mi origen,
de una calidad única,
de experiencia,
de innovación.

**Fíjate en comercios
y restaurantes
que en la etiqueta
ponga Rioja Alavesa.**

RIOJA
DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA
RIOJA ALAVESA



**EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO**

EKONOMIAREN GARAPEN
JASANGARRITASUN
ETA INGURUMEN SAILA

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO
ECONÓMICO, SOSTENIBILIDAD
Y MEDIO AMBIENTE

hazi

vinificación) se situó en algo más de 7,2 millones de hectáreas, según los datos publicados por la OIV, que suponen una caída de sólo el 0,5% respecto a 2022. De esa cifra total, 3,3 millones de hectáreas están en la Unión Europea.

Según la OIV, la superficie mundial de viñedo se mantuvo gracias a los crecimientos registrados en países como Rusia, Brasil o India, pues en la mayor parte de los grandes países productores la evolución de la superficie es a la baja. En 2023, España volvió a ocupar el primer lugar en superficie de viñedo del mundo, con el 13,1% del total, seguida de Francia (11,2%) y China (10,8%).

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 237,3 millones de hectolitros en 2023, un 8% menos que en 2022.

La aportación de la Unión Europea a la producción mundial de vino en el año 2023 ascendió al 62,5%, un porcentaje superior al que representaba en el año precedente.

Por detrás de la UE en producción de vino se situó Estados Unidos (10,2% del total mundial), Australia (4,1%), Chile (4,6%), Argentina (3,7%), Sudáfrica (3,9%), China (1,3%) y Rusia (1,9%).

A nivel mundial, Francia fue el país con mayor producción de vino, seguido de Italia (que había sido el primero en los cuatro años anteriores) y de España.

CONSUMO Y COMERCIO MUNDIAL

El consumo de vino en el mundo volvió a caer en 2023. Según los datos de la Organización de la Viña y el Vino (OIV) se consumieron un total de 221 millones de hectolitros, 5 millones menos que un año antes.

Estados Unidos volvió a ser el país con mayor consumo a nivel mundial, si bien en 2023 redujo su nivel

(de 34,3 millones de hectolitros a 33), seguido de Francia, Italia, Alemania, Reino Unido y España, según los datos de la OIV.

En Asia destacó por su consumo de vinos China, con 6,8 millones de hectolitros y un descenso importante en relación al año anterior. En América del Sur, destacaron por su consumo países como Argentina y Brasil; y, finalmente, en Sudáfrica el consumo de vino estimado en 2023 fue de 4,5 millones de hectolitros, mientras que en Australia se cifró el consumo en 5,4 millones de hectolitros, similar año anterior.

En cuanto al comercio mundial, en 2023 las exportaciones se elevaron a 99,3 millones de hectolitros, un 6,3% menos que en 2022.

Como en años anteriores también en 2023 el comercio mundial estuvo dominado por España, Francia e Italia. Según datos de la OIV, la suma de las exportaciones de vino de estos tres países representó el 56% de todas las exportaciones mundiales.

De todos los países del mundo, fue Italia el que más volumen de vino exportó, según la OIV. En concreto, 21,4 millones de hectolitros, un 1% menos que en 2022. Por detrás se situó España con 20,8 millones de hectolitros (un 2,9% menos) y Francia con millones de hectolitros (5,8% menos).

Sin embargo, en términos de valor Francia se confirmó como el primer país exportador del mundo, ya que vendió vinos por valor de 11.937 millones de euros, un 2,8% menos que en el año anterior.

Otros países de la UE que también son grandes exportadores de vino son Alemania y Portugal, mientras que entre los países terceros destacaron por sus ventas exteriores a nivel mundial Estados Unidos, Sudáfrica, Argentina, Australia, Nueva Zelanda y Chile.

En cuanto a las importaciones mundiales de vino, según datos de la OIV, los mayores importadores fueron Alemania, Reino Unido y Estados Unidos. ■

VINO

El sector empresarial del vino no tuvo un buen balance en 2023 por la caída de la producción y de las exportaciones.

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, si bien en 2023 bajó hasta los 32,4 millones.

La producción de vino y mosto está muy ligada, por un lado, al turismo y, por otro, a la lucha contra el despoblamiento rural, pues el viñedo está presente en todo el territorio nacional. En este sentido, casi 3 millones de personas al año visitan bodegas y rutas del vino, realizando un gasto medio cercano a los 80 millones de euros al año, según estimaciones del sector.

Otra característica del sector del vino es que cuenta con una amplia red de figuras de calidad reconocidas a nivel internacional (DOP, IGP, etc.). Concretamente, en 2023 había en España 144 figuras de calidad para los vinos, de las cuales 4 tenían ámbito supraautonómico.

El sector del vino en su conjunto (productores, bodegueros, comercializadores, etc.) está representado en la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La estructura empresarial del sector del vino está formada por bodegas de muy distintos tamaños y características. En este sector es muy importante el peso del cooperativismo.

Una de las organizaciones que defiende los intereses de las bodegas es la Federación Española del Vino (FEV), creada en 1978. Esta organización de ámbito nacional cuenta con más de 200 socios directos, a los que se suman unos 600 más que lo son a través de 17 asociaciones que forman parte de la FEV (Asociación de bodegas de Navarra, ASBER, AECAVA, ASEVIN, Grupo Rioja, etc.). Se estima que los socios de la FEV aportan el 75% del valor generado por el vino embotellado en España.

Por otro lado, en 2021 se constituyó la Federación de Industrias Vitivinícolas de España (FIVE), con el objetivo de aunar esfuerzos para solucionar problemas comunes del sector. En FIVE están integradas varias

asociaciones vitivinícolas regionales, así como otras del sector de los mostos o el vinagre.

A nivel nacional existen cerca de 4.500 bodegas, cuyo capital es mayoritariamente de origen español, de tipo familiar, mientras que un gran número están constituidas como cooperativas agrarias.

Castilla-La Mancha cuenta con el 25% del total nacional de bodegas. A continuación están Cataluña (16%), Castilla y León (10,5%) y Andalucía (9%). La Rioja y Castilla-La Mancha ocupan los primeros lugares en empresas vitivinícolas, con cuotas en torno al 18% en cada caso.

El sector del vino genera y mantiene más de 400.000 puestos de trabajo directos e indirectos. Actualmente, el sector se encuentra inmerso en un proceso de actualización y renovación

El grupo empresarial líder del sector del vino es de capital español y facturó en 2023 un total de 1.100 millones de euros, con aportaciones de otros sectores como los zumos, los refrescos o la comida refrigerada. La segunda empresa en facturación es un grupo muy ligado al cava, que facturó ese año 375 millones y la tercera llegó hasta los 370 millones de euros. El resto de las 10 primeras empresas del ramo facturaron entre 338 y 96 millones de euros.

COMERCIO EXTERIOR

España es el primer país exportador de vino en volumen y el tercero por el valor de sus ventas.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE VINOS	
EMPRESA	Mill. Euros
J. García Carrión, S.A. (JGC) Grupo (*)	1.100
Pernod Ricard Winemakers Spain, S.A	375
Grupo Freixenet	370
Félix Solís Avantis, S.A. - Grupo	338
Grupo Familia Torres (*)	270
Grupo González Byass (Vinos)*	240
Grupo Raventós Codorniu	190
CIA Vinícola Norte España,S,A (CVNE)	123
Grupo Barón de Ley, S,A (Grupo)	105
DCOOP (Sección Vinos)	96,2

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

En 2023 se produjo una caída de ventas en volumen de vino y mosto del 2,6%, hasta situarse en 2.118.594 toneladas (datos del Ministerio de Comercio). Asimismo, también hubo un descenso del 2,6% en el valor de esas ventas de vino y mosto, que quedaron en 2.964 millones de euros.

Por su lado, el valor de las importaciones ascendió a 300,7 millones de euros, un 4,3% más que un año antes, mientras que el volumen importado fue de 55.615 toneladas, un 8,8% menos, según datos de Comercio.

En España había 4.347 bodegas exportadoras de vino al inicio de 2023 y los vinos españoles se vendieron en 189 países, siendo los principales mercados Alemania, Estados Unidos, Reino Unido y Francia.

VINOS DE LA TIERRA CON IGP

En la campaña 2022/2023 había en España 43 vinos con Indicación Geográfica Protegida (IGP), que son vinos con derecho al uso del término tradicional “Vino de la Tierra”.

Las IGP tienen un nombre que identifica un producto como originario de un lugar determinado y existe un vínculo o relación causa-efecto entre las características del vino y el medio geográfico en el que se produce.

La comercialización total de vinos amparados por una IGP durante la campaña computada fue de más de 1,78 millones de hectolitros, un 12,64% menos que en la campaña precedente. Las IGPs que más vino comercializaron fueron Castilla (1,3 millones de hectolitros), Extremadura (197.744 hectolitros) y Castilla y León (177.513 hectolitros).

Por tipos de vino, destacaron en producción los tintos (48,8%), seguidos de los blancos (41,17%). Asimismo, el vino tinto representó el 46,7% de todo el vino comercializado en el mercado interior y el blanco, el 44% (el resto es rosado).

Asimismo, de todo el vino exportado el 54,4% fue tinto; el 33,2% blanco y el 12,4% rosado.

La Unión Europea fue el destino principal de estos vinos con IGP (63,4% del total comercializado en la campaña 2022/23) y por países destacaron como compradores Alemania e Italia. Por su lado, entre los

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (Miles de hectolitros)			
CC.AA	2021	2022	2023
ANDALUCÍA	820,0	659,3	619,2
ARAGÓN	1.053,9	1.098,8	786,9
BALEARES	34,0	36,5	42,2
CANARIAS	30,2	31,3	34,9
CASTILLA Y LEÓN	2.060,4	2.294,5	2.180,7
CASTILLA-LA MANCHA	18.464,4	18.584,13	14.250,6
CATALUÑA	3.134,9	2.707	2.060
COMUNIDAD VALENCIANA	2.035,0	1.969,6	1.241,9
EXTREMADURA	2.434,8	3.247,2	2.366
GALICIA	435,8	412,1	449,3
LA RIOJA	2.061,9	2.084,7	1.836
MADRID	55,9	69,9	48,7
MURCIA	748,5	718	453,8
NAVARRA	618,9	602,5	584
PAÍS VASCO	662,7	695	675,9
OTRAS CC.AA	737,0	690	607
TOTAL ESPAÑA	35.388,0	35.901,2	28.362

FUENTE: INFOVI, MAPA

PRODUCCIONES ESPAÑOLAS DE VINOS DE MESA Y VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN (Millones de hectolitros)			
PRODUCTO	2021	2022	2023
VINOS COMUNES DE MESA	16,5	17,17	13,70
VINOS CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA	4,2	4,3	2,89
VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA	14,7	14,3	11,60
TOTAL	35,5	35,9	28,36

FUENTE: INFOVI

países terceros que más vino compraron en esta categoría fueron Japón (28,05%), Rusia (12,9%), China (8,1%) y Reino Unido (8%).

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El número de bodegas dentro de las indicaciones geográficas asciende a 699, de las que 539 son embotelladoras. La IGP Castilla es la que cuenta con más bodegas (203), seguida de la IGP Castilla y León (190) y de la IGP Mallorca (83).

Según los datos del Ministerio de Agricultura, el valor económico estimado en bodega fue de casi 244 millones de euros en la campaña.

Denominación de origen



Real Casa de la Moneda
Fábrica Nacional
de Moneda y Timbre

Departamento de ventas
Tel.: 91 566 65 64
www.fnmt.es



VINOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN

En la campaña 2022/2023 había en España 101 denominaciones de origen protegidas, de las cuales 69 son Denominaciones de Origen (DO) y 2 de ellas son además calificadas (DOCa). También había protegidos 24 vinos de pago (VP) y 7 vinos de calidad (VC).

Las DOPs identifican productos originarios de un lugar geográfico, cuya calidad y características se deben al vínculo con ese lugar y a los factores naturales y humanos inherentes al mismo y en el que el proceso de producción tiene lugar en su totalidad en esa zona geográfica.

La diferencia entre una denominación de origen protegida (DOP) y una indicación geográfica protegida (IGP) está, entre otras cosas, en que el vínculo entre la calidad del vino y las uvas con la zona geográfica en la que se produce es mayor en el caso de las DOP.

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 69 DO de vinos, 3 tienen un ámbito supra-autonómico (Cava, Rioja y Jumilla) y amparan producciones de más de una región. También hay dos de estas denominaciones que, por sus características especiales, llevan además el sobrenombre de Calificadas: las DOCa: Rioja y Priorat (Tarragona). A este



respecto, las denominaciones de origen calificadas son aquellas que tienen una exigencia suplementaria en cuanto a normativa y antigüedad.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, la comercialización de vinos con denominación de origen durante la campaña 2022-2023 superó los 11,2 millones de hectolitros, un 3,7% más que en el ejercicio anterior. Las demandas interiores representaron el 55% del volumen total comercializado y decrecieron en un 4%, mientras que el restante 44,9% constituyó el porcentaje de las ventas en el exterior, que se incrementaron en un 14,6%.

Las existencias totales en bodega al final de campaña (31 de julio 2023) se acercaron a los 23 millones de hectolitros, un 4,7% más que un año antes. Por el contrario, se produjo un descenso del volumen de vino calificado al final de campaña (10,7 millones de hectolitros, un 2,34% menos).

En la última campaña contabilizada (2022/2023), la principal denominación de origen atendiendo al volumen de vino comercializado fue la de Cava (24,95%), le siguieron la DOCa Rioja (21,7% del total), Rueda (7,5%), Ribera de Duero (6,7%) y Valdepeñas (3,5%).

Teniendo en cuenta únicamente al mercado interior, la DOCa Rioja ocupó también el primer puesto, con el 23,56% del total, seguida por Rueda (11,9%) y Ribera del Duero (9,93%).

Por su lado, en comercialización total de vino de denominación de origen por tipos sobresalió el tinto, con el 44,37% del total en volumen. En segundo lugar se situaron los vinos espumosos (25%), los blancos (22,68%), los vinos rosados (4%), los de licor (3,8%) y los vinos de aguja (0,01%). Con respecto a la anterior campaña, se registró un incremento importante en la comercialización de los vinos espumosos.

Los viticultores inscritos en los registros de las diferentes denominaciones ascendían en 2023 a 97.291 y contaban con una superficie de producción de 559.619 hectáreas (un 2,29% menos respecto a la anterior campaña). Las denominaciones con más viticultores son La Mancha y Rioja.

En esa campaña, había también 4.002 bodegas. Las denominaciones con mayor número de bodegas son Rioja, Cava y Ribera del Duero.

El valor económico estimado en bodega de la comercialización interior y exterior de los vinos con



DOP ascendió a 4.309 millones de euros, un 5,6% más que en la campaña anterior. Rioja volvió a situarse en cabeza con el 23,44% de la facturación, seguida de Cava (17%), Ribera del Duero (11,3%), Rueda (9,9%) y Rías Baixas (5,18%).

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.

El CECRV integraba en 2023 a 53 Consejos Reguladores, representativos de 55 denominaciones de origen vitivinícolas (los consejos reguladores de Jerez y Málaga lo son también de las DDOO Manzanilla y Sierras de Málaga, respectivamente), lo que supone el 80% del total de las denominaciones de origen vitivinícolas españolas y, en términos de comercialización, más del 94% del volumen de vino amparado y comercializado con DO.

CECRV agrupa a 3.530 bodegas (el 90% del total de bodegas adscritas a denominaciones de origen en España), que comercializan 11,3 millones de hectolitros vino con DO, más del 94% del total.

COMERCIO EXTERIOR

Si bien en los últimos ejercicios las demandas del mercado interno han tendido a crecer de manera más signi-

ficativa, las exportaciones continúan siendo un elemento primordial para garantizar la sostenibilidad del sector.

En la campaña 2022/23 se exportaron 5 millones de hectolitros de estos vinos con denominación de origen, el 45% del total. Por tipos de vinos, los tintos representaron el 37,3% de esas exportaciones; los blancos el 12,19%; los rosados el 3,32%; los espumosos el 43,6%; los de licor el 3,4%; los de aguja el 0,01% y otros tipos de vinos el 0,01%.

Las exportaciones españolas de vino con denominación de origen se dirigieron preferentemente hacia otros países de la Unión Europea (37,3% del total). Este porcentaje se redujo con respecto a la campaña precedente. Por su lado, a Asia se exportaron el 22,89% de esos vinos y a la Europa que no está dentro de la UE se enviaron el 22,4%.

En términos generales, los principales mercados de destino en la campaña 2022/23 fueron Reino Unido (700.435 hectolitros), Alemania (606.457 hectolitros), EE.UU. (412.665 hectolitros), Holanda (268.892 hectolitros) y Bélgica (260.170 hectolitros).

CAVA

A pesar de las dificultades económicas y geopolíticas, 2023 fue un año con resultados muy positivos para el sector del cava.

El cava es un vino espumoso de calidad, elaborado por fermentación en botella según el método tradicional. Para su elaboración se añaden 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 dos años), se realiza otra nueva operación denominada removido, con la cual se conduce el sedimento de levaduras hacia el cuello de la botella, junto al tapón. Tras el removido se produce el degüelle, que consiste en abrir la botella para que la propia presión haga saltar el sedimento, quedando el vino brillante. Finalmente, la botella se rellena con el mismo cava obtenido, añadiendo o no el licor de expedición (mezcla de vino y azúcar) para obtener los distintos tipos de cava, en función de su contenido en azúcares.

La producción nacional de cava está amparada por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen

Cava, que tiene ámbito nacional, aunque la mayor parte de las zonas productoras están en Cataluña.

En concreto, la denominación de origen cava ampara la producción de 159 municipios: 63 de la provincia de Barcelona, 52 de Tarragona, 12 de Lleida, 5 de Girona, 18 de La Rioja, 2 de Zaragoza, 3 de Álava, 2 de Navarra y los de Requena (Valencia) y Almendralejo (Badajoz).

Según los datos del Consejo Regulador de la DO Cava, la producción de botellas de cava durante 2023 llegó hasta 253,8 millones. La gran mayoría del cava producido fue blanco y el resto fue cava rosado.

De la producción total, 32,3 millones de botellas fueron cava de producción ecológica, un 24,6% más que en 2022. La mayor parte del cava de comercializa a través del canal alimentación y la zona de mayor consumo de cava está en el noreste del país, con Barcelona como epicentro.

En este sentido, de las ventas totales el 32% corresponde al mercado nacional; el 39% al mercado comunitario y el 29% al mercado exterior (países terceros), según los datos del Consejo Regulador.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

En el Consejo Regulador del Cava estaban inscritas en 2023 un total de 6.088 explotaciones (algo menos que el año anterior), con una superficie de 38.087 hectáreas (0,5% más que un año antes). De esta superficie, el 36,5% eran viñas con uvas de la variedad macabeo; el 26,2% de la xarel-lo; el 19,2% de perellada y casi 7% de chardonnay.

Además, en 2023 el número de empresas elaboradoras de vino base ascendió a 145 (una más que un año antes) y a 200 el de las empresas elaboradoras del, según datos del Consejo Regulador.

Las bodegas que forman la DO Cava facturan anualmente más de 2.100 millones de euros.

El sector bodeguero del cava se encuentra dominado por dos grandes grupos de capital español, aunque con fuertes procesos de internacionalización.

Aunque hay otro grupo empresarial que factura más porque tiene otras líneas de negocio distintas al cava, el líder sectorial registró unas ventas en 2023 de 370 millones de euros y produjo más de 90 millones de botellas de cava. El segundo tuvo unas ventas de 190 millones de euros y su producción superó los 40 millones

de botellas. El primero domina los mercados internacionales, mientras que el segundo es hegemónico en el mercado interno.

COMERCIO EXTERIOR

Al igual que sucedió un año antes, el sector del cava en el exterior siguió mostrando signos de fortaleza en 2023. El mercado exterior representó hasta el 68% de las ventas totales de la Denominación de Origen Cava.

Según los datos del Consejo Regulador de esta DO, se exportaron 170,9 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 4,14% y llegar a los 31,1 millones de botellas.

El segundo destino fue Bélgica, que experimentó un crecimiento del 5,4%, y el tercero, Estados Unidos, que redujo sus compras un 13,4% en 2023. Por detrás se situaron países como Reino Unido, Suecia, Francia, Japón, Países Bajos o Rusia.



Es de destacar que durante 2023 las ventas de la categoría de cava Guarda Superior (más de 9 meses de crianza) se incrementaron un 3,8%, según datos del Consejo Regulador del Cava, mientras que las de los otros cavas de guarda descendieron en comparación con el año anterior.

Finalmente, las importaciones de vinos espumosos, en especial de champán francés, son mucho menos importantes que las exportaciones de cava. En 2023 se compraron en el exterior 9,8 millones de litros de vinos espumosos, por debajo de años anteriores. De este total, 3,9 millones de litros eran champán y el resto, otros vinos.

MOSTO

La encuesta industrial anual de productos, que publica el INE, indica que la producción de mosto de uva en 2023 ascendió a 1,04 millones de hectolitros (un 25% menos que en el año anterior) y su valor fue de 57,6 millones de euros (un 4% más).

Castilla-La Mancha concentra la producción de mosto, seguida a mucha distancia por la Comunidad Valenciana, Extremadura, Andalucía y Cataluña.



PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE CAVA

EMPRESA	Mill. Euros
J García Carrión, S.A. Grupo(B. Jaume Serra, S.L) (*)	1100
Grupo Freixenet	370
Grupo Raventós Codorniu	190
Perelada Comercial, S.A.U	60
Masia Vallfornosa, S.A	35
Covides, S.C.C.L	28
Torre Oria S.L (*)	25
Cavas Marevia, SLU	23
Castell D'Or, S.L (*)	21
Cellers Most Doré, S.L	10,05

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023 *Incluye la facturación de otras producciones.

PRODUCCIONES DE MOSTO Y VINO EN EL MUNDO, EN LA UE Y EN ESPAÑA

(millones de hectolitros)	2020	2021	2022
MUNDO*	262	261	258
UE	170,6	158,7	165,69
ESPAÑA	45,95	39,44	40,6

FUENTE: OIV, EUROSTAT Y MAPA (* No incluye mosto ni zumos de uva)

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.

COMERCIO EXTERIOR

La exportación de mosto puede ser una alternativa para reducir las existencias de vino en momentos en los que la demanda interna no crece. La demanda ex-

terna se mantiene al alza, como demuestran los datos del año 2023.

Concretamente, las exportaciones de mosto se incrementaron hasta nada menos que un 74% y llegaron a 63,2 millones de litros. Las ventas al exterior de mostos representan aproximadamente el 28% de comercio total de zumos y néctares de España.

Por su parte, las importaciones del año 2023 fueron poco representativas y escasas (no llegaron ni a un millón de litros).

En cuanto a los destinos de estas exportaciones, los principales fueron los países de la Unión Europea, con Italia, Francia y Alemania a la cabeza. ■

CONSUMO Y GASTO EN VINO

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 396,6 millones de litros de vinos y derivados y gastaron 1.237,1 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 8,5 litros de consumo y 26,4 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a los vinos sin DO/IGP (2,9 litros por persona y año) y a los vinos tranquilos (2,7 litros per cápita), seguidos de los espumosos, con 0,5 litros por persona al año. En términos de gasto, los vinos tranquilos concentran el 49,6%, con un total de 13,1 euros por persona, los vinos sin DO/IGP presentan un porcentaje del 17,4% y un total de 4,6 euros por persona al año, mientras que los espumosos suponen un 12,1% del gasto con un total de 3,2 euros per cápita al año.



CONSUMO Y GASTO EN VINO DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL VINOS Y DERIVADOS	396,6	8,5	1.237,1	26,4
VINOS TRANQUILOS	127,4	2,7	613,2	13,1
NACIONAL	124,8	2,7	603,6	12,9
EXTRANJERO	2,6	0,1	9,6	0,2
TINTO	83,6	1,8	418,2	8,9
BLANCO	37,2	0,8	173,4	3,7
ROSADO	6,5	0,1	21,6	0,5
ESPUMOSOS	24,2	0,5	147,4	3,2
VINOS DE AGUJA	1,2	0,0	4,3	0,1
VINO SIN DO / IGP	135,4	2,9	216,2	4,6
NACIONAL	120,0	2,6	181,6	3,9
EXTRANJERO	2,8	0,1	9,2	0,2
OTROS VINOS	11,0	0,2	17,5	0,4
VINO TINTO	68,2	1,5	109,5	2,3
VINO BLANCO	56,2	1,2	83,4	1,8
VINO ROSADO	9,4	0,2	15,3	0,3
VINO CON IGP	24,5	0,5	61,5	1,3
OTROS VINOS SIN DO / IGP	24,5	0,5	61,5	1,3

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

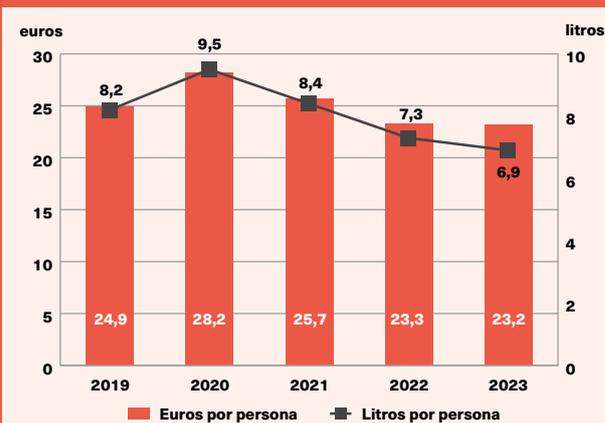
En términos per cápita, el consumo de vinos durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de vinos, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de vinos es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de vinos es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de vino, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos entre 10.000 y 100.000 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, Asturias, La Rioja y Cataluña cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Murcia, Castilla-la Mancha y Extremadura.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

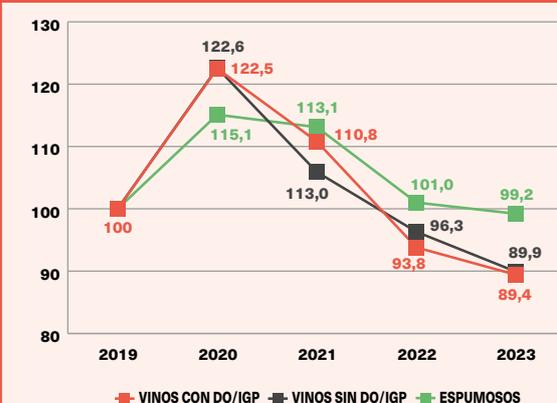
Durante los últimos años, el consumo de vinos mostraba una cierta estabilidad hasta que el ejercicio 2020 se produce un repunte motivado por los efectos de la COVID-19 que, en los ejercicios 2021, 2022 y 2023, ha sido reajustado a la baja hasta llegar a un punto con una demanda inferior al periodo anterior a la pandemia. En el periodo 2019-2023, 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, 2019-2023

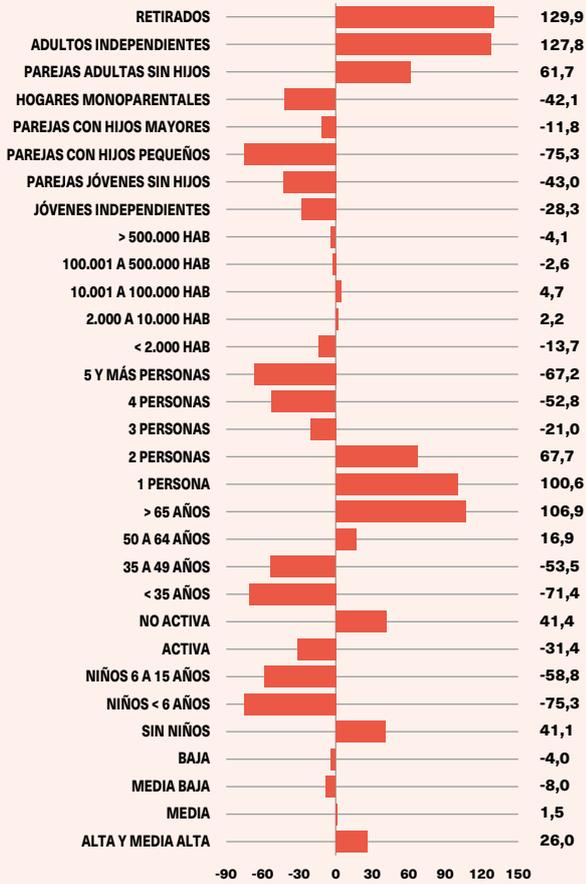


En la familia de vinos y espumosos, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido bastante parecida para los distintos tipos de producto. Respecto a la demanda de 2019, el consumo de todos los vinos analizados registra un retroceso.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE VINO (2019=100), 2019-2023



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

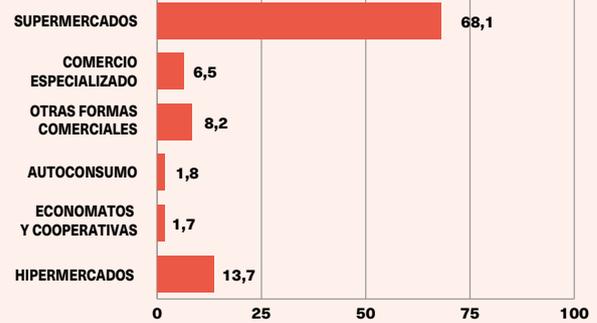


* Media nacional = 8,5 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de vino a los supermercados (68,1% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 13,7%. Los establecimientos especializados representan el 6,5%, los economatos y cooperativas el 1,7%, el comercio electrónico el 1,8% y otras formas comerciales aglutinan el 8,2% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE VINO POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



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

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

CONDADO DE HUELVA *
 JEREZ-XERÈS-SHERRY
 MÁLAGA *
 MANZANILLA SANLÚCAR DE BARRAMEDA *
 MONTILLA-MORILES *
 SIERRAS DE MÁLAGA *
 VINO NARANJA DEL CONDADO DE HUELVA *

VINOS DE LA TIERRA

ALTIPLANO DE SIERRA NEVADA *
 BAILÉN *
 CÁDIZ *
 CÓRDOBA *
 CUMBRES DE GUADALFEO *
 DE LAS SIERRAS DE LAS ESTANCIAS Y
 LOS FILABRES *
 DESIERTO DE ALMERÍA *
 LADERAS DE GENIL *
 LAUJAR-ALPUJARRA *
 LOS PALACIOS *
 NORTE DE ALMERÍA *
 RIBERA DEL ANDARAX *
 SIERRA NORTE DE SEVILLA *
 SIERRA SUR DE JAÉN *
 TORREPEROGIL *
 VILLAVICIOSA DE CÓRDOBA *

VINOS DE CALIDAD

GRANADA *
 LEBRIJA *

BALEARES

DENOMINACIONES DE ORIGEN

BINISSALEM
 PLÀ I LLEVANT

VINOS DE LA TIERRA

FORMENTERA I
 BIZA
 ILLES BALEARS
 ISLA DE MENORCA
 MALLORCA
 SERRA TRAMUNTANA-COSTA NORD



ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CALATAYUD *
 CAMPO DE BORJA *
 CARIÑENA *
 CAVA ** / *
 SOMONTANO *
 AYLÉS *

VINOS DE LA TIERRA

BAJO ARAGÓN *
 RIBERA DEL GÁLLEGO-CINCO VILLAS *
 RIBERA DEL JILOCA
 RIBERA DEL QUEILES ** / *
 VALLE DEL CINCA *
 VALDEJALÓN *

CANARIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ABONA *
 GRAN CANARIA *
 EL HIERRO *
 LANZAROTE *
 LA GOMERA *
 LA PALMA *
 TACORONTE-ACENTEJO *
 VALLE DE GÜIMAR *

VALLE DE LA OROTAVA *

YCODEN-DAUTE-ISORA *

ISLAS CANARIAS

CANTABRIA

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA

COSTA DE CANTABRIA
 LIÉBANA

ASTURIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

CANGAS *

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ALMANSA
 JUMILLA **
 LA MANCHA
 MANCHUELA
 MÉNTRIDA
 MONDÉJAR
 RIBERA DEL JÚCAR
 UCLÉS
 VALDEPEÑAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

VINOS DE LA TIERRA DE CASTILLA
 PAGOS
 CAMPO DE LA GUARDIA
 CASA DEL BLANCO
 CAZADILLA
 DEHESA DEL CARRIZAL
 DOMINIO DE VALDEPUSA
 FINCA ÉLEZ
 GUIJOSO
 PAGO FLORENTINO
 LOS CERRILLOS
 EL VICARIO
 LA JARABA
 VALLEGARCIA

* Inscrita en el Registro de la UE

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ARLANZA

ARRIBES

CIGALES

BIERZO

RIBERA DEL DUERO

RUEDA

TORO

TIERRA DE LEÓN

TIERRA DEL VINO DE ZAMORA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA Y LEÓN

VINOS DE CALIDAD CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA

SIERRA DE SALAMANCA

VALLES DE BENAVENTE

VALTIENDAS

CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ALELLA

CATALUÑA

CAVA **

CONCA DE BARBERÀ

COSTERS DEL SEGRE

EMPORDÀ

MONTSANT

PENEDÈS

PLA DE BAGES

PRIORAT (DOCA)

TARRAGONA

TERRA ALTA

COMUNIDAD VALENCIANA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ALICANTE

CAVA **

UTIEL-REQUENA

VALENCIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

PAGOS

EL TERRERAZO

PAGO DE LOS BALAGUESES

PAGO CHOZAS CARRASCAL *

PAGO VERA DE ESTENAS *

VINOS DE LA TIERRA

VINOS DE LA TIERRA DE CASTELLÓ

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

CAVA ** / *

RIBERA DEL GUADIANA *

VINOS DE LA TIERRA

EXTREMADURA

GALICIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

MONTERREI *

RÍAS BAIXAS *

RIBEIRA SACRA *

RIBEIRO *

VALDEORRAS *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

RIBERAS DO HORKAZO

BARBANZA E IRIA

BETANZOS

VAL DO MIÑO-OURENSE

(VALLE DEL MIÑO-OURENSE)

LA RIOJA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

CAVA **

RIOJA (DOCA) **

VALLES DE SADACIA *

MADRID

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS DE MADRID

MURCIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

BULLAS

JUMILLA **

YECLA

VINOS DE LA TIERRA

MURCIA

NAVARRA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

CAVA ** / *

NAVARRA *

RIOJA (DOCA) ** / *

PAGO ARÍNZANO *

PAGO OTAZU *

PRADO DE IRACHE *

LARRAINZAR

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

VINO DE LA TIERRA 3 RIBERAS *

PAÍS VASCO

DENOMINACIONES DE ORIGEN

ARABAKO TXAKOLINA * (TXAKOLI DE ÁLAVA)

BIZKAIKO TXAKOLINA * (TXAKOLI DE VIZCAYA)

GETARIAKO TXAKOLINA * (TXAKOLI DE GETARIA)

RIOJA (DOCA) ** / *

CAVA ** / *

* Denominación compartida con otras CC.AA. / * Inscrita en el Registro de la UE / DOCa: Denominación de Origen Calificada



Abona

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la Denominación de Origen Abona se extiende sobre más de 1.200 hectáreas de viñedos protegidos por el Consejo Regulador en los municipios de Adeje, Arona, Vilaflor, San Miguel,

Granadilla, Arico y Fasnía, al sur de la isla de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: La variedad predominante es la Listán Blanca, que ocupa el 70% de la superficie de producción, y la Listán Negra, con el 30% restante. Los vinos más característicos son blancos de color amarillo pálido, brillante, de finos aromas florales afrutados. También se elaboran rosados de atractivo color, frescos, ligeros, armoniosos y bien equilibrados en boca.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos 1.200 viticultores y 19 bodegas de producción y elaboración, que comercializan una media anual de 420.000 litros de vino, destinados en su totalidad al mercado nacional, básicamente en Canarias.

Alicante

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida de producción abarca 10.598 hectáreas de viñedo, repartidas en 49 municipios de la provincia

de Alicante, entre los que destacan Villena, Monóvar, Pinoso y la subzona de La Marina.

CARACTERÍSTICAS: La variedad predominante es la tinta Monastrell, base principal en la elaboración de vinos, pero también se utilizan la Garnacha Tintorera, Tempranillo, Bobal, Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir, Syrah y Petit Verdot. En las blancas la Moscatel, Chardonnay, Macabeo, Merseguera, Moscatel de Alejandría, Airén, Verdil, Sauvignon Blanc, Planta Fina de Pedralba y Subirat Parent. Se elaboran vinos blancos jóvenes -secos y dulces-, rosados jóvenes y vinos tintos -jóvenes, crianzas, reservas, grandes reservas y genéricos-. Capítulo aparte merece su Fondillón, un tipo de vino de Alicante único en el mundo, reconocido por la Unión Europea y con una especial protección dentro de la Denominación de Origen Alicante. Además, se producen vinos de licor, vinos tintos de doble pasta, vinos añejos y vinos espumosos.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran inscritos más de 2.298 viticultores y 43 empresas bodegueras certificadas que elaboran y comercializan cerca de 15 millones de litros anuales de vino, de los que se exportan un 30%.

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.

Almansa

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: El área de viñedos protegida abarca una superficie de 9.800 hectáreas distribuidas en 8 municipios

al este de la provincia de Albacete, con Almansa, Alpera e Higuera como centros más importantes de producción.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son las tintas Monastrell y Garnacha Tintorera, mientras que entre las blancas destaca la variedad Verdejo. Destaca la producción de vinos tintos recios, secos, suaves, de color rubí, enérgicos y de amplio extracto y, en especial, un tinto elaborado exclusivamente con la variedad Garnacha Tintorera.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos más de 760 viticultores y 12 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 6,7 millones de botellas de vino con Denominación de Origen Almansa, de los que más de un 72,4% se destina a la exportación.

Arabako Txakolina

(Txakoli de Álava)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA:

La superficie de viñedo protegida por la Denominación de Origen se localiza en 100 hectáreas

de la comarca Cantábrica Alavesa, con los municipios de Amurrio, Aiala, Artziniega, Llodio y Okondo como zonas amparadas para la producción de estos vinos.

CARACTERÍSTICAS: Las especiales condiciones geográficas de esta zona favorecen el desarrollo de la variedad de uva autóctona Hondarrabi Zuri. Los vinos elaborados con esta uva resultan jóvenes, de color amarillo pajizo, brillantes, de intensos aromas frutales propios de la variedad, con equilibrada acidez y una marcada personalidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 43 productores y 7 empresas bodegueras, los cuales producen y comercializan una media anual de 300.000 litros de Arabako Txakolina, destinados en un importante porcentaje al mercado del País Vasco, Cataluña, EEUU y Japón.

Arribes

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La delimitación geográfica de la Denominación comprende 26 municipios del suroeste de Zamora y 20 municipios del noroeste de Salamanca, con 380 hectáreas inscritas en el Consejo Regulador.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades principales de uva tinta son la Juan García, uva autóctona que representa un 60% de la superficie vitícola comarcal; la Bufete y la Tempranillo, también llamada en la zona Tinta Serrana o Tinto Madrid, admitiéndose como complementarias la Garnacha y la Mencía. La Malvasía es la principal entre las blancas, complementándose con la Verdejo y la Albillo. El Consejo Regulador estudia otras variedades autóctonas de potencial enológico comprobado para recuperar y potenciar su desarrollo en la comarca: en las uvas tintas están la Bruñal y la Bastardillo Chico, y en las blancas la variedad Puesta en Cruz.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 634 viticultores y 11 bodegas elaboradoras, de las que 9 son embotelladoras, que producen entre 1,5 y 2 millones de litros de vino, de los que unas 600.000 botellas se comercializan con DO.

Arlanza

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La comarca vitivinícola se extiende a lo largo del río Arlanza, y abarca 54 municipios de la provincia de Burgos y 13 de la provincia de Palencia, con una superficie total de 350 hectáreas registradas.

CARACTERÍSTICAS: Estos vinos se elaboran a partir de cuatro variedades de uva tinta: la Tinta del País o Tempranillo, que representa el 95% del total; la Garnacha, variedad complementaria y segunda en importancia; la Mencía, y la Cabernet-Sauvignon, variedad de origen francés que se emplea, mezclada con la Tinta del País, en vinos destinados al envejecimiento en barricas por sus cualidades organolépticas. Las variedades blancas utilizadas son la Albillo y la Viura, también llamada Macabeo o Tempranillo Blanco, que se emplean para la elaboración de rosados. Los rosados tienen un sabor muy afrutado, con viveza y colores intensos y llamativos, mientras que los tintos jóvenes son fuertes, con mucho cuerpo y carnosidad, muy aptos para crear buenos crianzas y reservas.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registradas 16 bodegas que comercializan una media anual de 750.000 litros de vino, destinados principalmente al mercado nacional, aunque también se exportan a varios países europeos, Estados Unidos, México y Japón.

Bierzo

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción se extiende sobre 2.854 hectáreas de viñedo al oeste de la provincia de León, con el municipio de Cacabelos como principal centro vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: El especial microclima de la zona favorece el desarrollo de una cepa de gran calidad, la tinta Mencía, variedad dominante, que se complementa con la Garnacha Tintorera, y las blancas Palomino, Doña Blanca, Malvasía y Godello. Destacan los tintos de Mencía, de paladar aterciopelado, característica singular de los vinos del Bierzo, tanto en los jóvenes y afrutados como en los de crianza, que resultan amplios, elegantes y de complejo bouquet. Se producen también vinos blancos de color pálido y rosados suaves en grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos más de 2.180 viticultores y 79 empresas bodegueras que comercializan cerca de 6,5 millones de litros de vino al año, casi en su totalidad consumidos en el mercado nacional.

Binissalem

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

DENOMINACIÓN DE ORIGEN
BINISSALEM
MALLORCA

ZONA GEOGRÁFICA: Es la primera Denominación de Origen en Mallorca, con una superficie protegida de unas 600 hectáreas de viñedo que se reparten entre 5 municipios del centro de la isla de Mallorca, con Binissalem como núcleo poblacional más importante.

CARACTERÍSTICAS: El suave clima de la zona favorece el perfecto desarrollo de uvas de variedades autóctonas, como las tintas Manto Negro y Callet, y la blanca Moll. Los vinos tintos elaborados con la variedad Manto Negro son jugosos, elegantes y con un grado alcohólico moderado. Los rosados y blancos, jóvenes, son frescos, afrutados, de acidez moderada y de gran calidad, destacan por su personalidad.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 107 viticultores y 12 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de más de 1 millón de litros de vino, de los que un 12% se destinan a la exportación.

Bizkaiko Txakolina

(Txakolí de Vizcaya)

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Regulador
Consejo
de Origen
Denominación
Bizkaiko Txakolina.

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


Consejo Regulador de la
Denominación de Origen

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de viñedos protegida por la Denominación de Origen se localiza en 1.850 hectáreas distribuidas en 9 municipios al oeste de la Región de Murcia, con la localidad de Bullas como el núcleo más importante de producción y elaboración de vinos.

CARACTERÍSTICAS: La variedad fundamental es la tinta Monastrell, que ocupa el 85% de la superficie total, con pequeñas plantaciones de Tempranillo y algunas cepas blancas como la Airén y Macabeo. Los vinos más característicos son los rosados, bien estructurados y de gran frutuosidad. También se elaboran tintos jóvenes y de crianza y una pequeña pero interesante producción de vinos blancos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 400 viticultores y 13 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 1.900.000 litros de vino amparado por la Denominación, de los que cerca del 35% se destina a la exportación.

Calatayud

DENOMINACIÓN DE ORIGEN


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.

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

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.

Cariñena

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: El área de producción suma casi 14.477 hectáreas de viñedo, distribuidas en 14 municipios al sur de la provincia de Zaragoza, con Cariñena, Paniza y Almonacid de la Sierra como los principales núcleos vitivinícolas.

CARACTERÍSTICAS: Las cepas predominantes son Garnacha Tinta y Mazuela, y las blancas Macabeo y Garnacha Blanca, complementadas con variedades como las tintas Cabernet-Sauvignon y Tempranillo, y la blanca Parellada. Los vinos blancos son de color amarillo paja, con tonalidades doradas, frescos y de suave grado alcohólico. Los rosados son de color rojo cereza con ligeros tonos violáceos, afrutados, de gran viveza y cuerpo. Los tintos tradicionales resultan de gran capa, robustos y con elevada graduación.

DATOS BÁSICOS: Se encuentran inscritos 1.984 viticultores y 36 bodegas, que elaboran y comercializan una media anual de cerca de 45 millones de litros de vino, de los que más del 63% se vende en los mercados exteriores.

Cataluña

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



producción vitivinícola de Cataluña.

ZONA GEOGRÁFICA: Ampara una superficie de viñedos de 50.000 hectáreas que se localizan en las principales y tradicionales zonas de

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.

Cava

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Cava ampara y protege los vinos espumosos de calidad elaborados por el método tradicional en 31.765 hectáreas

de viñedos repartidas en más de 159 municipios, entre los cuales cabe destacar el municipio de Sant Sadurn d'Anoia (Barcelona), en donde se elabora más del 75% del cava.

CARACTERÍSTICAS: Las principales variedades autorizadas son: Macabeo o Viura, que ofrece vinos finos y aromáticos; Xarel-lo, que aporta cuerpo y frescor; Parellada, que da vinos elegantes y suaves, y Chardonnay, la más aromática, que sirve para elaborar cava rosado. Se elaboran varios tipos de cava: Brut Nature, 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.

Cigales

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie e extiende sobre 2.000 hectáreas de viñedo repartidas en el sector norte de la depresión del Duero, a ambos márgenes del río Pisuerga, en 12 municipios de la provincia de Valladolid, incluida la capital, y el municipio de Dueñas, en Palencia.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades tintas acogidas son la Tinta del País, Garnacha Tinta, Garnacha Tintorera, Garnacha Gris, Syrah, Merlot y Cabernet Sauvignon. Las blancas son Verdejo, Viura, Albillo, Garnacha Blanca y Sauvignon Blanc. Los rosados son los vinos más representativos, frescos con un agradable aroma frutal o floral. Se elaboran también tintos de gran calidad, representan el 40 % de la producción, con la Tempranillo como principal variedad. Desde 2011 se pueden elaborar blancos, dulces y espumosos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están inscritos 291 viticultores y 31 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de cuatro millones de contraetiquetas, el 20% se vende en el mercado exterior.

Conca de Barberà

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie amparada por la Denominación de Origen Conca de Barberà cubre 4.200 hectáreas de viñedo al norte de la provincia de Tarragona, en una zona fronteriza con Lleida, con la localidad de Montblanc como principal centro vitivinícola.

La zona de producción está enclavada en una conca o depresión, lo que la convierte en un marco geoclimático muy especial para el cultivo del viñedo.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uva predominantes son las blancas Macabeo y Parellada, y la tinta Trepat, de las que se obtienen vinos blancos, rosados, tintos y espumosos, de graduación alcohólica moderada, bien dotados de acidez, ligeros y de aroma delicadamente afrutado.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se hallan inscritos 1.100 viticultores y 22 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 1.200.000 botellas, con un volumen medio amparado bajo esta DO de 26.500 hectolitros y una producción media anual de vino calificado como DO Conca de Barberà de 8.500 hectolitros.

Condado de Huelva

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



DENOMINACIONES DE ORIGEN
CONDADO DE HUELVA
Y VINAGRE DEL CONDADO DE HUELVA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción protegida abarca 18 municipios de la provincia de Huelva, con una superficie inscrita de unas 4.500 hectáreas de viñedo.

CARACTERÍSTICAS: La cepa predominante es la blanca Zalema, mientras que con una presencia menor están las uvas Palomino, Listán y Garrido Fino. Destaca la elaboración de vinos generosos como el Condado Pálido, de crianza biológica, de color oro pálido, pajizo, de aroma punzante, almendrado, seco y de baja acidez. El Condado Viejo es de altísima graduación alcohólica debido al proceso de crianza oxidativa, resaltando su color ambarino y su intenso aroma. Los blancos jóvenes de la variedad Zalema son secos, frescos, afrutados y de equilibrada acidez fija.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 2.574 viticultores y 36 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 11 millones de litros de vino, que en un 95% se consumen en el mercado nacional.

Costers del Segre

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen Costers del Segre ampara 4.153 hectáreas de viñedo localizadas en el noroeste y sudeste de Lleida y repartidas en seis subzonas de producción: 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 458 hectáreas de viñedo repartidas entre todo el territorio histórico de Guipúzcoa.

CARACTERÍSTICAS: Las dos variedades autóctonas autorizadas son la blanca Hondarrabi Zuri, que representa el 85% del total de viñedo, y la tinta Hondarrabi Beltza, de escaso color, con el 15% restante. Los chacolís de Getaria son tradicionalmente blancos y destacan por una peculiar singularidad aromática, de gran frescura y moderada graduación alcohólica, de 11°. También se elaboran vinos tintos, rosados, espumosos y vendimia tardía.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 106 viticultores y 34 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de más de 3 millones de litros de chacolí, comercializados en un 84% en el mercado del País Vasco, y un 16% a exportación.

Gran Canaria

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción se extiende en 132 hectáreas localizadas en 21 municipios de la isla.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uva autorizadas blancas destacadas son: Malvasía, Listán Blanco, Moscatel, Albillo, Vijariego, Marmajuelo. En tintas: Listán Negro, Tintilla, Vijariego, Negramoll. Se elaboran vinos blancos frescos y ligeros, con aromas a flores y frutas blancas, a cítricos y a frutas tropicales, con notas anisadas, de buena intensidad aromática; en los tintos predominan los aromas a frutos rojos y negros, siendo vinos bien estructurados.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos más de 287 viticultores y 40 bodegas y cooperativas de producción y elaboración, con una producción de unos 350.000 kg. anuales destinada al mercado insular.



Jerez-Xerès-Sherry

Manzanilla Sanlúcar de Barrameda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Se extiende sobre 7.184 hectáreas en Jerez de la Frontera, Sanlúcar de Barrameda, Puerto de Santa María y otros 5 municipios de la provincia de Cádiz; además de Lebrija, en Sevilla.

CARACTERÍSTICAS: La uva predominante es la blanca Palomino Fino, complementada con la Palomino de Jerez, Pedro Ximénez y Moscatel. Los

tipos de vinos son: Fino, seco, con crianza "en flor". Manzanilla, seco y ligero. Amontillado, suave y ligero. Oloroso, con mucho cuerpo. Palo Cortado, seco, equilibrado y muy persistente. Pale Cream, suave, pálido y dulce. Cream, dulce, con mucho cuerpo. Pedro Ximénez, suave y dulce en boca, vigoroso y pleno.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 1.591 viticultores y 71 bodegas que elaboran una media anual de más de 30,6 millones de litros de vino, de los que se exportan el 60%.

Jumilla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Abarca unas 21.620 hectáreas de viñedo, distribuidas entre los municipios de Jumilla, en Murcia, y Albatana, Fuedeálamo, Hellín, Montealagre, Ontur y Tobarra, en la provincia de Albacete.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva por excelencia es la tinta Monastrell, acompañada de las también tintas Garnacha Tintorera y Cencibel, y de las blancas Airén, Merseguera y Pedro Ximénez. Los tintos jóvenes, a partir de la uva Monastrell, son de color rojo rubí intenso, francos en nariz y cálidos en boca. Los rosados, de gran calidad, son de color rojo cereza, con aromas frutales muy vivos, plenos y frescos en boca. Los blancos, de color pajizo dorado, aromas vivos, frutales, fragantes y muy equilibrados.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos más de 1.959 viticultores y 43 bodegas que comercializan anualmente unos 25 millones de litros de vino, de los que el 60% se exporta.

La Gomera

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca todos los municipios de la isla, con una superficie protegida de 125 hectáreas de viñedo cultivadas en bancales de piedras construidos en laderas de fuertes pendientes.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva más importante y la más cultivada es la Forastera Blanca, conocida popularmente como Forastera Gomera, de la cual se obtienen unos vinos blancos secos jóvenes de gran personalidad, caracterizados por su alta acidez en ácido tartárico. También se obtienen excelentes vinos jóvenes de esta variedad, con otras variedades menos predominantes: Marmajuelo, Listán Blanco. Aunque tradicionalmente la producción era sólo de vinos blancos, actualmente se elaboran vinos tintos jóvenes.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de esta Denominación de Origen están registrados 210 viticultores y 13 bodegas. La producción obtenida alcanza una media de 90.000 litros, los cuales se destinan casi en su totalidad al mercado de la isla.

La Mancha

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Es la Denominación con la zona de producción más extensa del mundo: 157.113 hectáreas de viñedo, distribuidas entre 182 municipios de las provincias de Ciudad Real, Toledo, Albacete y Cuenca.

CARACTERÍSTICAS: La uva blanca Airén es predominante, acompañada de las variedades Pardillo, Verdoncho y Macabeo. Entre las tintas predomina la Cencibel, complementada con Moravia, Garnacha, Cabernet-Sauvignon y Merlot.

El vino más característico es el blanco de Airén, de color amarillo pálido. Los vinos tintos y rosados son limpios y poco ácidos. También se elaboran tintos jóvenes a partir de la variedad Cencibel y se comienzan a producir vinos monovarietales excelentes, como los tintos de Cabernet-Sauvignon.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 14.705 viticultores y 249 bodegas que elaboran y comercializan al año más de 126 millones de litros de vino, de los que el 25% se destina a la exportación.

Lanzarote

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida se extiende sobre 1.855 hectáreas de viñedo asentado sobre terrenos volcánicos, localizados por toda la isla de Lanzarote.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva más singular es la Malvasía volcánica, de la que se obtienen finísimos y equilibrados vinos blancos jóvenes, rotundos y complejos, de enorme personalidad, así como vinos de crianza y vinos dulces con uva Moscatel. La Listán Blanco, por su parte, proporciona blancos jóvenes secos y semisecos, y con la Listán Negro y Negramoll se elaboran tintos jóvenes y crianzas y una pequeña proporción de rosados.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen están registrados 1.857 viticultores y 15 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 1,6 millones de litros de vino, los cuales se destinan casi en su totalidad al mercado insular canario.

La Palma

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Acoge unas 885 hectáreas de viñedo, asentado sobre terrenos volcánicos de la isla de La Palma en tres zonas de producción: Hoyo de Mazo, Fuen-caliente y norte de La Palma.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades más representativas son Negramoll, Almuñeco, Albillo, Malvasía, Verdello, Sabro, Bujariego y Listán.

Los vinos blancos son aromáticos, frescos y ligeros. Los tintos son de color rojo picota intenso con tonos violáceos, densos, carnosos y con prolongado posgusto. Los rosados son alegres, de tonos rosas salmón, frescos, con tenue gusto almendrado. Los vinos de tea son suaves de capa, con aromas frutales y herbáceos, integrados en un fondo resinoso, agradables en boca. Los dulces, de color amarillo oro joven, son limpios y brillantes, de dulzor equilibrado y acidez fresca.

DATOS BÁSICOS: Cerca de 1.300 viticultores y 18 bodegas elaboran y comercializan una media anual de 500.000 litros de vino, que se venden en su totalidad en el mercado canario.

Málaga · Sierras de Málaga

DENOMINACIONES DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Abarca una superficie de 1.000 hectáreas de viñedo en 64 municipios de Málaga y 2 de Córdoba.

CARACTERÍSTICAS: Para la Denominación Málaga las variedades predominantes son las blancas Pero Ximen,

Moscatel de Alejandría, Moscatel Morisco, Doradilla, 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 691 hectáreas de viñedo, repartidas en los municipios de Castrelo do Val, Monterrei, Oimbra, Verín y Vilardevós en la parte

sureste de la provincia de Ourense, estableciéndose dos subzonas claramente diferenciadas: valle de Monterrei y ladera de Monterrei.

CARACTERÍSTICAS: Las uvas predominantes son Dona Branca, Godello y Treixadura, entre las blancas, y Mencía y Merenzao, entre las tintas. Los vinos blancos destacan por sus tonos amarillos dorados o pajizos, de intensidad aromática potente, con paso de boca ligeramente ácido y muy equilibrado. Los tintos, de color púrpura o rojo cereza, con tonos violáceos, de aromas frutales del bosque, resultan plenos y armoniosos en boca.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen están inscritos 363 viticultores y 28 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de casi 4,6 millones de litros de vino, consumidos en su totalidad en el mercado interior.

Montilla-Moriles

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca 5.500 hectáreas de viñedo al sur de Córdoba, aunque la zona de crianza está restringida a 17 municipios.

CARACTERÍSTICAS: La variedad predominante es la blanca Pedro Ximénez, aunque también se cultivan otras cepas complementarias como la Layren, Baladí-Verdejo y Moscatel. Los vinos jóvenes son afrutados, secos o ligeramente abocados, agradables y suaves. El Fino es de aroma punzante, seco y levemente amargo al paladar. El Amontillado es de aroma avellanado y resulta agradablemente complejo, sutil, suave. El Oloroso es un vino de mucho cuerpo, lleno y aterciopelado, enérgico, seco y no muy abocado, de color caoba oscuro. El Palo Cortado es un vino generoso que tiene el color y la nariz del amontillado y la boca del oloroso. El Pedro Ximénez es un vino dulce natural, de color rubí oscuro, punzante fragancia y gran frutuosidad, y el Moscatel es un vino dulce natural.

DATOS BÁSICOS: 2.600 viticultores y 76 empresas bodegueras elaboran y comercializan una media anual de 20 millones de litros de vino, de los que se exportan el 12%.

Montsant

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca 1.902 hectáreas en

18 municipios de Tarragona, 14 de la comarca del Priorato y 4 de la Ribera del Ebro.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades tintas predominantes son la Garnacha Negra y la Cariñena, aunque abunda la variedad L'ull de Llebre en el sur. El Consejo también autoriza la plantación de cepas de Cabernet-Sauvignon, Garnacha Peluda, Merlot, Monastrell, Picapoll Negre y Syrah. En uva blanca destacan las variedades Garnacha Blanca y Macabeo, aunque están autorizadas plantaciones de Chardonnay, Moscatel, Pansal y Parellada. Se producen excelentes vinos blancos, rosados y tintos; se elaboran vinos tradicionales de esta zona como el vino rancio, la mistela negra, la garnacha del Montsant y el vino dulce natural.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo están registrados 929 viticultores, 60 bodegas y 57 comercializadoras, que comercializan una media anual de 5 millones de litros de vino, de los que entre el 40-60% se vende en los mercados exteriores.

Navarra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación de Origen ampara 10.000 hectáreas de viñedo distribuidas en Navarra en 5 zonas diferenciadas por características climáticas, de suelos y paisajísticas: Tierra Estella, Valdizarbe, Baja Montaña, Ribera Alta y Ribera Baja.

CARACTERÍSTICAS: Navarra es una D.O. histórica en la que se elaboran seductores vinos blancos con o sin crianza con las variedades de uva: Chardonnay, Garnacha Blanca, Moscatel De Grano Menudo, Viura, Malvasía y Sauvignon Blanc. Los afamados rosados de vivo color, son producidos únicamente con tintas, en su mayoría, Garnacha y sin utilizar ningún tipo de presión, sólo a partir del primer mosto de la uva. Los nobles y honestos tintos D.O. Navarra, tanto varietales como en ensamblaje, son la expresión de la Garnacha, el Tempranillo, Graciano, Mazuelo, Merlot, Cabernet Sauvignon, Syrah y Pinot Noir.

DATOS BÁSICOS: Más de 1750 viticultores y 85 bodegas elaboran en un centenar de municipios y comercializan una media de 40 millones de litros de vino anualmente en el mercado nacional y en más de 70 países.

Penedès

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca una superficie de 24.247 hectáreas de viñedo localizadas en las provincias de Barcelona y Tarragona, con Vilafranca del Penedès como el principal núcleo vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades blancas predominantes son las blancas Xarel.lo, Macabeo, Parellada y Chardonnay; y las tintas Tempranillo, Cabernet-Sauvignon, Merlot y Cariñena. Los vinos blancos resultan frescos, afrutados, muy aromáticos y de moderada graduación alcohólica. Los tintos son ligeros, aterciopelados y de carácter apreciable. También se elaboran excelentes vinos de aguja. Una parte importante de la producción se destina a la elaboración de vinos espumosos.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 4.088 viticultores y 152 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 32,7 millones de litros de vino, de los que el 35% se destina a la exportación.

Pla de Bages

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Abarca 550 hectáreas, localizadas en la comarca del Bages, en la provincia de Barcelona, con Artés y Manresa como principales núcleos de producción vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: La situación geográfica de esta comarca y su especial climatología favorecen el desarrollo de variedades nobles de uva entre las que destacan la autóctona Picapoll y en menor proporción la Macabeo y Chardonnay entre las blancas; y la Cabernet-Sauvignon, Merlot y Pinot Noir, entre las tintas. Los vinos de mayor producción son los tintos, que resultan de gran personalidad, suaves, de excelente calidad y moderado grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: En el CRDO están registrados 100 viticultores y 14 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de más de 1,2 millones de litros de vino con Denominación de Origen Pla de Bages; el 85% de esta producción se consume en el mercado nacional.

Pla i Llevant

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la DO Pla i Llevant abarca una extensión de 395 hectáreas de viñedo, repartidas entre 18 términos municipales de la isla de Mallorca, en Baleares.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uva más abundantes son la Callet, Tempranillo, Cabernet-Sauvignon, Manto Negro, Macabeu y Pinot Noir; en menor proporción se producen también las variedades Prensal Blanca, Chardonnay, Merlot, Moscatel, Perelada, Fogoneu, Monastrell y Riesling. El mayor volumen de producción corresponde a los vinos tintos, de gran jugosidad y elegancia, con un grado alcohólico moderado. Los vinos blancos resultan jóvenes y afrutados, con fuerte personalidad y leve grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 107 viticultores y 12 bodegas en el Consejo Regulador que producen y comercializan una media anual de más de 1,1 millones de litros de vinos tintos y blancos con Denominación de Origen.

Priorat

DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la DO es de más de 1.900 hectáreas, localizadas al oeste de la provincia de Tarragona, con los municipios de Porrera y Gratallops como centros principales de elaboración de vinos.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son la Tinta Cariñena (Mazuela) y la Garnacha Tinta. Las cepas blancas tienen una presencia muy reducida, cultivándose la Garnacha Blanca, Macabeo y Pedro Ximénez. Los vinos tintos tradicionales del Priorat son de color granate, robustos y de elevada graduación alcohólica. También se elaboran vinos rancios, envejecidos en roble y de potente graduación. La producción de vinos blancos y rosados es muy pequeña, aunque está creciendo en los últimos años.

DATOS BÁSICOS: Están registrados más de 606 viticultores y 96 empresas bodegueras que elaboran y comercializan más de 2 millones de botellas al año, de las que el 45% se destina a los mercados exteriores.

Rías Baixas

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por la DO se extiende sobre 4.321 hectáreas de viñedos

en 5 subzonas de producción: Val do Salnés, Condado do Tea, O Rosal y Soutomaior, en la provincia de Pontevedra, y Ribeira do Ulla, que se reparte entre Pontevedra y A Coruña.

CARACTERÍSTICAS: Predomina la blanca autóctona Albariño y en menor proporción la Treixadura, Loureira Blanca, Caiño Blanco, Torrontés y Godello; y las tintas Caiño tinto, Espadeiro, Loureiro tinto, Sousón, Mencía, Brancellao, Pedral y Castaña.

Los vinos monovarietales de Albariño tienen un color amarillo pajizo, brillante. En nariz poseen aromas florales y frutales de intensidad media y potente duración. Su retrogusto elegante y completo. Los vinos del Rosal y Condado están personalizados por llevar en su composición las variedades loureira y treixadura.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos casi 5.011 viticultores y 179 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de casi 28 millones de litros de vino, de los que alrededor de un 30% se exporta.

Ribeira Sacra

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Abarca 1.229 hectáreas de viñedo en 17 municipios que se distribuyen a su vez en 5 subzonas de producción: Amandi, Chantada, Quiroga-Bibei y Ribeiras do Miño, en la provincia de Lugo, y Ribeiras do Sil, en la provincia de Ourense.

CARACTERÍSTICAS: Las principales variedades de uvas blancas son Albariño, Loureira, Treixadura, Godello, Dona Branca y Torrontés; en el caso de las tintas las variedades predominantes son Mencía, Brancellao y Merenzao, complementadas con la Negreda y la Garnacha Tintorera. Los vinos tintos de Mencía son de color cereza, brillantes, afrutados, suaves en boca, sabrosos y elegantes. Los vinos blancos de Godello son frescos, plenos en boca y de aromas intensos.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 2.397 viticultores y 96 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de más de 360.000 litros de vino, que se consumen en su totalidad en el mercado interior.

Ribeiras do Morrazo

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción la IGP Ribeiras do Morrazo ampara los municipios de Marín, Bueu, Vilaboa, Moaña, Cangas, Pontevedra, Poio y Redondela.

CARACTERÍSTICAS: Son vinos blancos y tintos con aromas francos en los que se aprecian las características propias de la materia prima de la que proceden, con graduaciones alcohólicas moderadas, aromas florales y de frutas y con una buena y equilibrada acidez.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Indicación Geográfica Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.

Ribeiro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción de la Denominación de Origen abarca una extensión de 2.804

hectáreas de viñedos localizadas en las riberas y valles de los ríos Avia, Miño y Arnoia, en la parte occidental de la provincia de Ourense.

CARACTERÍSTICAS: La uva predominante entre las tintas es la Caiño, complementada con Garnacha, Ferrón, Sousón, Mencía, Tempranillo y Brancellao. En uvas blancas, la principal es la Treixadura, y en menor proporción Jerez, Torrontés, Godello, Macabeo, Loureira, Albilla y Albariño. Los vinos blancos, de color pajizo, resultan elegantes, frescos, ligeros, muy aromáticos y de alegre acidez. Los tintos, de color rojo morado muy vivo, son vinos de mucha capa y elevada acidez fija.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 6.053 viticultores y 109 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 14 millones de litros de vino, que en un 95% se consume en el mercado nacional.

Ribera de Duero

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción se extiende sobre 26.136 hectáreas de viñedo, divididas en 63.651 parcelas distribuidas entre 110 municipios de las provincias de Soria, Segovia, Burgos y Valladolid.

TECNICAS DE PRODUCCIÓN Y ELABORACIÓN: Producimos de media (en los últimos 10 años) 4.540 kilos por hectárea, muy por debajo de los 7.000 kilos que admite nuestra normativa para todas las variedades de uva excepto para Albillo Mayor, que es de 9.500 Kilogramos por hectárea. El 72,2% de la vendimia en volumen se realiza a mano. Tanto bodegas como viticultores priman la calidad de la uva sobre la cantidad. La recogida a mano y en cajas encarece y ralentiza el proceso de recogida, pero permite una mayor selección de los racimos y asegura que estos entren en bodega en un estado óptimo, sin golpes ni roturas, y que la uva sufra lo menos posible. Más del 8,2% de los viñedos tienen más de 80 años, habiendo sido plantados antes de 1940, siendo algunos de ellos centenarios y de principios del pasado siglo.

CARACTERÍSTICAS: La cepa predominante en la zona amparada por la Denominación es la Tinta del País o también conocida como Tinto Fino o Tempranillo, que representa el 96% de nuestro viñedo; en menor proporción se cultivan variedades como Cabernet-Sauvignon, Merlot, Malbec, Garnacha Tinta y Albillo Mayor, como la única variedad blanca admitida. Nuestros vinos se agrupan en tintos, desde los jóvenes con elevada carga frutal y buen paso de boca, a los elegantes vinos de guarda (Crianzas, Reservas y Grandes Reservas), que destacan por su complejidad aromática, su potencia y equilibrio en boca. En vinos blancos y rosados: afrutados y refrescantes, ambos envejecidos en bodega para aumentar su complejidad aromática y volumen en boca, resultandos idóneos para larga conservación en botella.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 7.536 viticultores y 311 bodegas que, en 2022, elaboraron y comercializaron 75,5 millones de litros de vino, de los que el 19,5% se destinó a la exportación.

Ribera del Guadiana

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por Denominación de Origen Ribera del Guadiana se extiende sobre 29.000 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 Marisancho y Chardonnay.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran 9 bodegas que comercializan unos 700.000 litros de vino, destinados en un 75% al mercado exterior.

Rioja

DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA



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.

Somontano

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



consejo regulador de la denominación de origen protegida

ZONA GEOGRÁFICA:

CA: 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.

Rueda

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ZONA GEOGRÁFICA: La superficie registrada en la DO Rueda es de 20.711 hectáreas, siendo más de 20.000 hectáreas sólo de la variedad Verdejo. La DO comprende 74 municipios repartidos entre las provincias de Valladolid, Segovia y Ávila, siendo las localidades de

Rueda, La Seca y Serrada los centros vitivinícolas más importantes.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de una blanca permitidas son la Verdejo (variedad autóctona. La principal en la zona), Sauvignon Blanc (la segunda principal, después de la verdejo) y las permitidas Viura, Palomino Fino, Chardonnay y Viognier. Los vinos de la D.O. Rueda tienen un denominador común: el Carácter Rueda, marcado por la variedad verdejo (de la cual destaca su versatilidad y su justa acidez), el clima continental y el suelo cascajoso. Sus elaboraciones van desde los vinos jóvenes, afrutados, alegres y frescos, hasta las elaboraciones más complejas que incluyen fermentación sobre lías, en barricas, en fudres, en depósitos ovoides de hormigón, así como sus vinos dorados y pálidos... La última categoría, reflejada al igual que las otras, en la contraetiqueta de las botellas, es el Gran Vino de Rueda. Enfocados a la alta gastronomía, estos vinos aportan un valor añadido al consumidor, defendiendo el origen y apostando por los rigurosos controles de calidad de la DO.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritas 79 bodegas y 1.576 viticultores, que comercializan una media de 116 millones de botellas, de las que el 14% se destina a los mercados internacionales. El gran vino de Rueda es el "Etiqueta negra" de la DO Rueda.

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: 650 viticultores y 31 bodegas producen una media anual de 113 millones de litros de vino. El 85% se consume en el mercado nacional.

Terra Alta

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por la Denominación de Origen tiene una extensión de 5.993 hectáreas de viñedo localizadas al oeste de la provincia de Tarragona, con Gandesa como principal centro de producción vitivinícola.

CARACTERÍSTICAS: Las cepas predominantes son las blancas Macabeo y Garnacha Blanca, y las tintas Cariñena, Garnacha Tinta y Tempranillo. Los vinos blancos son recios, amplios, de gran cuerpo y alta graduación alcohólica. Los tintos resultan de mucha capa y con potente grado alcohólico. También se elaboran vinos dulces (rancios) y blancos generosos, asimismo de fuerte graduación alcohólica.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Terra Alta figuran registrados 1.663 viticultores y 45 empresas bodegueras que producen una media anual de 30 millones de litros de vino con Denominación de Origen.

Tierra de León

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie amparada por la Denominación de Origen cubre cerca de 1.357 hectáreas de viñedo, repartidas entre 69 municipios de la provincia de León y 19 de

la provincia de Valladolid, pertenecientes a las riberas de los ríos Esla y Cea.

CARACTERÍSTICAS: Los vinos de la Denominación utilizan como variedades principales de uva tinta la Prieto Picudo, Mencía, Tempranillo y Garnacha, mientras que de uva blanca se emplean las variedades Verdejo, Albarín blanco, Godello, Malvasía y Palomino.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos cerca de 375 viticultores y 39 empresas bodegueras que producen y comercializan una media anual de 2 millones de botellas de vino amparadas por la Denominación de Origen.

Tierra del Vino de Zamora

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie amparada por la Denominación de Origen cubre 643 hectáreas de viñedo, repartidas entre 46 municipios de la provincia de Zamora y 10 de Salamanca.

CARACTERÍSTICAS: Los vinos de la Denominación utilizan como variedades principales la Tempranillo en tinta y Malvasía, Moscatel, de grano menudo, y Verdejo en blanca, mientras que como uvas complementarias usan Garnacha y Cabernet-Sauvignon para los tintos, y Albillo, Palomino y Godello para los blancos. El Consejo Regulador certifica vinos blancos, claretes, rosados, tintos, reservas y grandes reservas, elaborados con uvas procedentes de viñedos con una edad media de 61 años.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 209 viticultores y 11 empresas bodegueras que producen y comercializan una media anual de 236.612 litros de vino, de los que el 43% se destina al mercado internacional.

Toro

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción de la Denominación de Origen es de 5.585 hectáreas de viñedo localizadas al sudeste de la provincia de Zamora, incluyendo algunos municipios de la provincia de Valladolid.

CARACTERÍSTICAS: La cepa predominante es la Tinta de Toro, aunque se cultiva también Garnacha Tinta, y la variedades de uvas blancas Verdejo y Malvasía. Los vinos más característicos son los tintos, de fuerte color rojo, recios, plenos de aromas, con cuerpo y grado. Los blancos, de producción escasa, son de intensos y finos aromas. Los rosados, de color muy vivo y gran intensidad aromática, resultan frescos, ligeros y suaves.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran inscritos 1.080 viticultores y 51 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 7,7 millones de litros de vino con Denominación de Origen Toro, de los que un 25% se destina a los mercados internacionales.

Utiel-Requena

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la Denominación es de 35.438 hectáreas de viñedo, distribuidas entre 9 municipios de la provincia de Valencia.

CARACTERÍSTICAS: La cepa predominante es la tinta Bobal, complementada con Tempranillo, Garnacha Tinta, Cabernet-Sauvignon y Merlot. En blancas, la principal es la Macabeo y se cultivan también Merseguera, Tardana y Chardonnay. Los vinos rosados son de color cereza o fresa, aromas vivos, frutales o florales, de gran plenitud. Los blancos son de color verde pajizo o dorados, aromas vivos, frutuosos, fragantes y redondos. Los tintos, de color cereza pasado o rubí, fondo afrutado y varietal, resultan cálidos, persistentes y ligeramente astringentes.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos alrededor de 7.000 viticultores y 93 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 146 millones de litros de vino, de los cuales 264.116 son declarados como vinos con DO.

Valdeorras

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida suma 1.357 hectáreas de viñedo distribuidas en 8 municipios del sur de la provincia de Ourense.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva blanca Godello es la más abundante, complementada con Doña Blanca y Palomino o Jerez. En tintas predomina la variedad Mencía y, en menor proporción, hay Merenzao, Grao Negro y Alicante. Los vinos blancos monovarietales de Godello son luminosos, con reflejos dorados y de paladar suave, aroma delicado a fruta madura, armoniosos y elegantes. Los vinos tintos monovarietales de Mencía, de color púrpura con toques de cereza, gran suavidad y delicioso bouquet, resultan equilibrados, brillantes, de paladar aterciopelado y con ligero aroma a fruta.

DATOS BÁSICOS: Están inscritos 2.037 viticultores y 44 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 3,2 millones de litros de vino, que se venden en su práctica totalidad en el mercado interior.

Valdepeñas

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por la Denominación de Origen Valdepeñas abarca una extensión de 24.365 hectáreas de viñedo, distribuidas entre

10 municipios de la provincia de Ciudad Real, con Valdepeñas como el núcleo central de producción de vinos.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son la blanca Airén y la tinta Cencibel o Tempranillo y en una pequeña proporción se cultivan Macabeo, Garnacha y Cabernet-Sauvignon. Los vinos blancos son muy ligeros, poco alcohólicos y de sabores primarios aportados por la variedad Airén. Los tintos resultan finos, muy aromáticos de jóvenes, alcanzan su plenitud entre dos y tres años. Los rosados son vinos ligeros, neutros y de aroma sutil.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador se encuentran registrados 2.942 viticultores y 42 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 51 millones de litros de vino, de los que un 45% se destina al mercado exterior.

Valencia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



viñedo, repartidas en cuatro subzonas de producción de la provincia de Valencia: Alto Turia, Valentino, Clariano y Moscatel de Valencia.

CARACTERÍSTICAS: Las cepas predominantes son las tintas Monastrell y Garnacha, y las blancas Merseguera, Malvasía, Pedro Ximénez y Moscatel. Los vinos blancos son brillantes, frescos, afrutados, aromáticos y de moderada graduación alcohólica. Los tintos son de color rubí, francos de nariz, aroma extenso y sabrosos en boca. También se elaboran vinos de licor, de aroma particular, y vinos rancios de color rojizo oscuro, de potente grado alcohólico.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos 12.000 viticultores y 83 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 59 millones de litros de vino de la Denominación, de los que más del 70% se dirige a los mercados exteriores.

ZONA GEOGRÁFICA:

La superficie protegida por la Denominación de Origen rebasa las 13.000 hectáreas de

Valle de Güimar

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: Asentada sobre suelos de origen volcánico, la zona de producción comprende una superficie de más de 639 hectáreas de viñedo, repartidas entre los municipios de Arafo, Candelaria y Güimar, al sureste de la isla canaria de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: La variedad predominante es la blanca Listán, complementada con Gual, Vijariego, Verdillo y Moscatel. En tintas se cultivan Listán Negro y Negramoll. Los vinos más característicos son los blancos (semiseco y blanco-madera), de color dorado, afrutados, ligeros y de moderada graduación alcohólica. Los tintos y rosados son jóvenes, ligeros, aromáticos y levemente alcohólicos.

DATOS BÁSICOS: El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Valle de Güimar tiene registrados 543 viticultores y 18 bodegas, las cuales elaboran y comercializan una media de algo más de 403.000 botellas contraetiquetadas, vendidas el 95% en el mercado local y el 5% restante en el resto de las islas y en la península.

Valle de La Orotava

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



de viñedos de los municipios de Los Realejos, La Orotava y Puerto de la Cruz, en la isla de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son Listán Blanco y Listán Negro, complementadas con Pedro Ximénez, Forastera Blanca y Malvasía. Los vinos blancos son jóvenes, de color amarillo pajizo con tonos limón, limpios y brillantes, de aromas frutales, sutiles y delicados, son suaves y elegantes en boca. Los rosados son de color frambuesa, con aromas a frutos silvestres, y resultan suaves y frescos. Los tintos jóvenes son de color rojo guinda, descubiertos y limpios, con aromas frutales variados, suaves y equilibrados, de ligero gusto amargo.

DATOS BÁSICOS: 422 viticultores y 19 bodegas elaboran una media anual de 550.000 litros de vino, que se venden en gran parte en Canarias, pero cada vez se exportan a más lugares por la demanda de los consumidores de vinos diferentes.

ZONA GEOGRÁFICA:

La zona de producción protegida por la Denominación de Origen abarca una superficie de más de 201 hectáreas de

Valtiendas

VINOS DE CALIDAD CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA



Vino de Calidad de
Valtiendas

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción abarca 8 términos municipales del norte de la provincia de Segovia, destacando Fuentidueña, Torreadrada, Aldeasoña, Fuentesoto y Valtiendas.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades de uvas acogidas son la Albillo, Cabernet-Sauvignon y Syrah, en blancas, y la Tempranillo, en tintas. Asimismo, también están admitidas en el reglamento las variedades Garnacha y Merlot. Los vinos protegidos son rosados y tintos, que deberán estar elaborados con las variedades protegidas y contener, al menos, el 50% de la variedad Tempranillo.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos 10 viticultores y 5 bodegas. La producción media ronda los 350.000 litros anuales, obtenidos de sus más de 76 hectáreas de viñedo registradas bajo esta calificación.

Vinos de Madrid

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie protegida por la Denominación de Origen Vinos de Madrid se encuentra en torno a las 8.386 hectáreas de viñedo repartidas en tres subzonas de producción al sur de la Comunidad de Madrid: Arganda, Navacarnero y San Martín de Valdeiglesias.

CARACTERÍSTICAS: Las variedades predominantes son las blancas Malvar, Albillo y Airén, y las tintas Garnacha Tinta, Tinto Fino y Cabernet-Sauvignon. Los vinos blancos son jóvenes y frescos, de sabor afrutado e intenso aroma. Los rosados son muy aromáticos, frutosos de sabor y moderada graduación alcohólica. Los vinos tintos son jóvenes, muy sabrosos y de media graduación alcohólica.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están inscritos más de 2.941 viticultores y 50 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 4,5 millones de litros de vino, vendidos casi en su totalidad en el mercado interior, a excepción de un 20% que se exporta.

Vino Naranja del Condado de Huelva

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y crianza de este vino comprende 10 términos municipales de la provincia de Huelva.

CARACTERÍSTICAS: Se elabora a partir de vino blanco amparado por la DO Condado de Huelva, que sigue presente al menos en un 75% del volumen. Estos vinos se someten a edulcoración con mosto de uva y a una aromatización mediante cortezas de naranja. Tras la maceración, se separan las cortezas del vino y la bebida se somete a clarificación. Finalmente, se procede al envejecimiento mediante criaderas y soleras, en botas de roble durante dos años. Las características organolépticas de estos vinos ofrecen un aroma intenso con recuerdo a frutas, especialmente a cítricos, son de color caoba oscuro, su sabor es dulce y suave.

DATOS BÁSICOS: Sólo pueden utilizar la denominación Vino Naranja del Condado de Huelva los aromatizados que se ajustan al pliego de condiciones de la DO y cuyas empresas elaboradoras estén inscritas en el CR de las DO Condado de Huelva y Vinagre del Condado de Huelva.

Ycoden-Daute-Isora

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: El ámbito protegido por la Denominación se localiza en una superficie de 307 hectáreas de viñedo repartidas en nueve municipios al noroeste de la isla canaria de Tenerife.

CARACTERÍSTICAS: Las cepas predominantes son Listán Blanco y Listán Negro y en menor proporción se cultivan las variedades Malvasía y Moscatel. La producción más tradicional es la de vinos blancos y rosados, aunque se está incrementando la elaboración de tintos jóvenes de excelente calidad. También se producen vinos dulces, obtenidos a partir de las variedades Moscatel y Malvasía.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritos más de 741 viticultores y 20 bodegas que elaboran y comercializan una media anual de 450.000 litros de vinos Ycoden-Daute-Isora, los cuales se consumen en su práctica totalidad en el mercado insular canario.

Yecla

DENOMINACIÓN DE ORIGEN



ZONA GEOGRÁFICA: La superficie de producción amparada por la Denominación abarca un área de 4.696 hectáreas de viñedo, localizadas exclusivamente en el término municipal de Yecla, en la Región de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: La variedad de uva más abundante en la zona es la tinta Monastrell, complementada por Syrah y Garnacha. En uvas blancas predominan las variedades Macabeo y Airén. El mayor volumen de producción corresponde a vinos tintos, de color granate rubí, que resultan suaves y cálidos al paladar y de escasa acidez. Los blancos y rosados son jóvenes y afrutados, aromáticos y frescos.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador están registrados 401 viticultores y 9 empresas bodegueras que elaboran y comercializan una media anual de 7,4 millones de litros de vino con Denominación de Origen Yecla; el 90% de esta producción se canaliza hacia los mercados exteriores.

BEBIDAS ESPIRITUOSAS



Después de dos años de recuperación continuada, el sector de las bebidas espirituosas cerró 2023 con una caída de las ventas, por la desaceleración del consumo principalmente en el último semestre del año.

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.

España es el sexto país de la Unión Europea en producción de estas bebidas. Según los datos de la Federación Española de Espirituosos (Espirituosos España), que agrupa a la totalidad del sector productor

y distribuidor de estas bebidas, en 2023 se elaboraron 318 millones de litros de estas bebidas, de las que un 40% se destinó a la exportación. El sector aportó a la economía española 7.209 millones de euros durante 2023.

El consumo de estas bebidas durante 2023 alcanzó los 187 millones de litros, un 5,9% menos que un año antes y un volumen muy por debajo al consumido en el año 2019, previo a la pandemia.

En este sentido, la pandemia supuso un cambio importante en los canales de ventas. El canal de hostelería tenía en 2019 el 62% de la cuota de mercado, pero a comienzos de 2022 ese porcentaje había bajado hasta el 44%. En 2023 se volvió a recuperar el consumo en hostelería y la cuota volvió al 62%.

Con relación a la cuota de mercado de bebidas espirituosas en volumen, un 24% corresponde al whisky; un 22% a los licores; un 19% a la ginebra; un 15% al ron; un 8% al brandy; un 5% al vodka y un 5% al anís.

Con respecto al año anterior, hubo descensos importantes en el consumo de ginebra, brandy, anís, ponche y whisky. Por el contrario, aumentó el consumo de licores, ron, vodka y tequila. Dentro del grupo del whisky, las presentaciones “blended” fueron las más demandadas, con alrededor del 90% del total. El 10% restante se repartió en porcentajes similares entre el bourbon, whisky de malta y el whisky reserva. Asimismo, en el caso del ron, las variedades oscuras acapararon el grueso de las ventas frente a las blancas.

Para elaborar estas bebidas se utilizaron en 2023 unas 200.000 toneladas de materias primas como uvas (97.000 toneladas), cebada (10.000 toneladas), maíz (30.000 toneladas), endrinas (62.000 toneladas) y hierbas aromáticas (62.000 toneladas).

MARCAS DE CALIDAD

Las bebidas espirituosas constituyen un mercado importante para el sector agrícola de la Unión y su producción está sólidamente vinculada a dicho sector.

En función de esta realidad, la Unión Europea (UE) reconoce y protege producciones con una marca de calidad diferenciada, que las liga a su origen geográfico y a una determinada calidad y reputación. Esas indicaciones geográficas están inscritas en los registros comunitarios.

Una Indicación Geográfica Protegida (IGP) reconoce a una bebida espirituosa, originaria de un país, región o localidad, determinada calidad, reputación y otras características imputables fundamentalmente a su origen geográfico.

En total, la UE cuenta con 250 bebidas espirituosas con indicación geográfica, de las cuales 19 son es-

pañolas y tienen una gran importancia a nivel social y económico. Hay tres autonomías (Galicia, Comunidad Valenciana y Baleares) que cuenta con 4 indicaciones geográficas de bebidas espirituosas cada una.

Esas marcas de calidad amparan a un total de 149 empresas del sector, que producen cerca del 10% de la producción total y facturaron en 2023 por encima de los 170 millones de euros, según datos de Espirituosos España.

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.

La producción se realiza en 3.800 centros, de los cuales 3.324 son destilerías artesanales. De hecho, el 85% de estas empresas son pequeñas y medianas. La asociación que representa a las empresas del sector a nivel nacional es la Federación Española de Espirituosos, que forma parte de Spirits Europe (Confederación Europea de Fabricantes de Bebidas Espirituosas).

El sector español es líder en Europa y la 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), Castilla-La Mancha (24), Baleares (19), Murcia (14); Cantabria(13), Navarra (11), País Vasco (11), Asturias (10), Aragón (10) La Rioja (8), Extremadura (7) y Madrid (5).

El principal grupo fabricante y comercializador de bebidas espirituosas y licores en España registró unas ventas netas de 375 millones de euros en 2023, cifra superior a la del año anterior.

Por su lado, el segundo grupo empresarial llegó hasta cerca de 286 millones de euros y el tercero rondó los 280 millones de euros.

En este sector, las marcas de distribuidor (MDD) no han conseguido una fuerte penetración y representan un porcentaje inferior al 5%. Además, su importancia parece tender a disminuir con el paso del tiempo. La primera empresa del sector acapara cerca del 16% del mercado y la segunda, el 12%.

PRINCIPALES EMPRESAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS Y LICORES (FABRICANTES Y COMERCIALIZADORES)

EMPRESA	Mill. Euros
Pernod Ricard España, S.A. *	375
Diageo España, S.A.*	285,9
Zamora Company Grupo*	280
Grupo Osborne S.L.*	248
González Byass, S.A * Grupo	240
Impor. Y Export. Varma, S.L*	204,84
Beam Suntory Spain,S.L. (Maxxium España).	181,47
Bacardi España	205
Bodegas Williams & Humbert, S.A*	165
Bardinet, S.A	99

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

COMERCIO EXTERIOR

Según los datos de Comercio, las exportaciones de bebidas espirituosas descendieron en 2023 un 5% y alcanzaron un valor de 1.011 millones de euros. En 2023, el 40% de la producción nacional se destinó a la exportación.

Los principales destinos de esas ventas de bebidas espirituosas en el año 2022 fueron Filipinas, Alemania, México y Francia.

Las importaciones son también muy importantes, ya que una parte significativa de las bebidas espirituosas consumidas en España tiene un origen foráneo. En 2023, las compras de estas bebidas fueron inferiores a las del año anterior. Se importaron 213,4 millones de litros. De todas las bebidas espirituosas, la más importada fue el whisky (casi 60 millones de litros en 2023), seguida de el ron (44,8 millones de litros).

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 2023, los hogares españoles consumieron 109,3 millones de litros de bebidas espirituosas y bebidas derivadas del vino y gastaron 570,3

millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 2,3 litros de consumo y 12,2 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS ESPIRITUOSAS DE LOS HOGARES, 2023				
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL BEBIDAS ESPIRITUOSAS	109,3	2,3	570,3	12,2
BRANDY	3,6	0,1	39,7	0,8
WHISKY	6,9	0,1	98,7	2,1
GINEBRA	5,2	0,1	80,1	1,7
RON	3,7	0,1	51,6	1,1
ANIS	2,7	0,1	24,1	0,5
OTRAS BEBIDAS CON VINO	74,0	1,6	150,8	3,2
OTRAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS	13,2	0,3	125,2	2,7

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

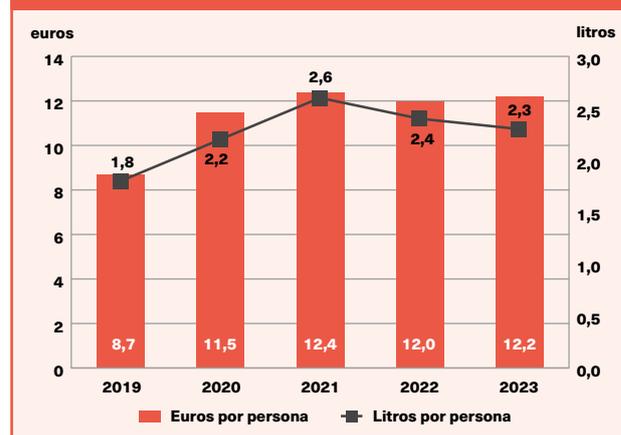
En términos per cápita, el consumo de bebidas espirituosas durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

- 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 menores de 2.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de bebidas espirituosas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos de población (de 100.000 a 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de parejas adultas sin hijos, adultos independientes, retirados, parejas jóvenes sin hijos, parejas con hijos mayores y en el caso de los jóvenes independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cataluña, Andalucía y Murcia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Navarra, Canarias y País Vasco.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

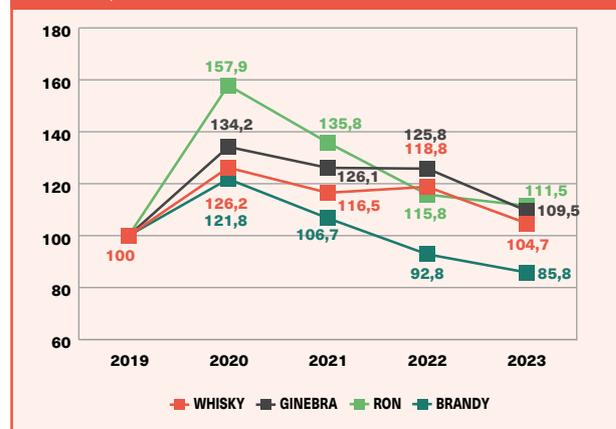
Durante los últimos cinco años, el consumo y el gasto en bebidas espirituosas y derivadas del vino estaba siendo estable pero se ha producido un incremento en los años 2020, 2021 y 2023 (de forma conjunta, supone un aumento de 0,5 litros y de 3,5 euros). En el periodo 2019-2023, el mayor consumo se produjo 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, 2019-2023

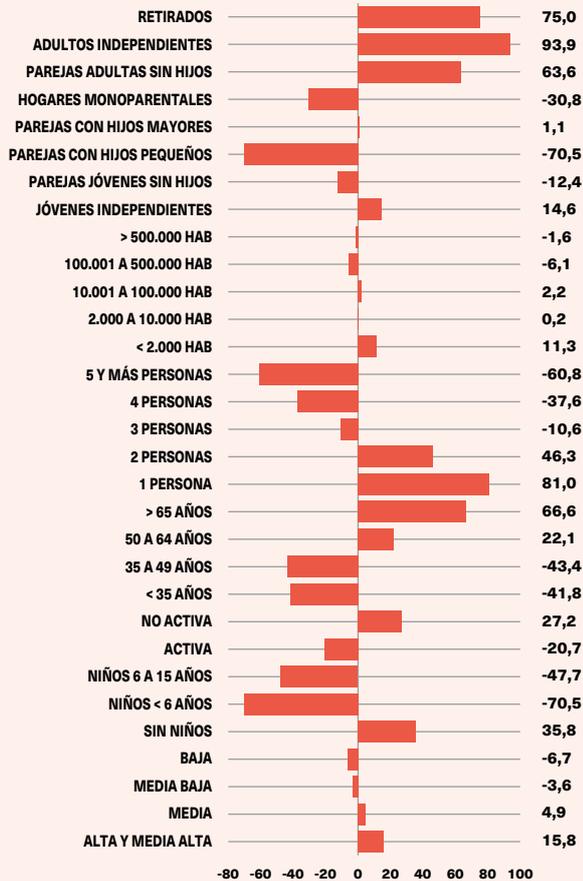


En la familia de bebidas espirituosas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 estaba siendo diferente para cada tipo de producto aunque todos en un contexto de retroceso. En el año 2020 se produce un repunte del consumo motivado por los efectos de la COVID-19 que se ha corregido a la baja durante los ejercicios siguientes. Respecto a la demanda de 2019, el consumo de todas las bebidas espirituosas cuenta con niveles superiores, excepto en el brandy.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS (2019=100), 2019-2023



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

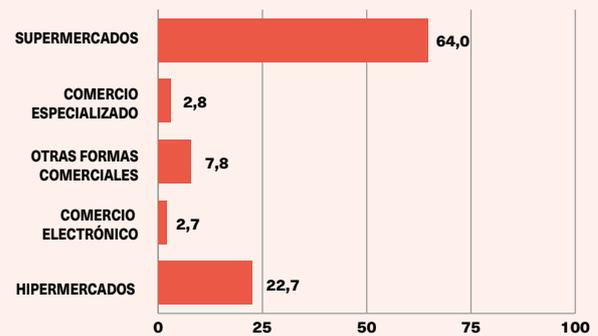


* Media nacional = 2,3 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de bebidas espirituosas a los supermercados (64,0% de cuota de mercado), mientras que los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 22,7%. Los establecimientos especializados representan el 2,8%, el comercio electrónico el 2,7% y, finalmente, otras formas comerciales alcanzan la cuota del 7,8% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



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)



INDICACIÓN GEOGRÁFICA

ZONA GEOGRÁFICA: Esta Indicación Geográfica protege los aguardientes de hierbas elaborados en toda

la comunidad autónoma de Galicia.

CARACTERÍSTICAS: El producto protegido se obtiene a partir de aguardiente amparado por la IG Orujo de Galicia/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 especies de plantas aptas para uso alimentario, entre las cuales se citan, por ser de uso más tradicional, 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 8.000 litros de producto, comercializados por 6 empresas.

Bebidas Espirituosas Tradicionales de Alicante

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: La DE incluye 4 producciones diferentes: Anís Paloma de Monforte del Cid, Aperitivo-Café de Alcoy, Cantueso Alicantino y Herbero de la Sierra de Mariola, todas en Alicante.

CARACTERÍSTICAS: El Anís Paloma de Monforte del Cid se elabora destilando semillas de anís verde y/o anís estrellado (40° a 55°). El Aperitivo-Café de Alcoy se obtiene por maceración de café Arábica de tueste natural en alcohol de origen agrícola (15° a 25°). El Cantueso Alicantino se elabora con la destilación en alcohol de la flor y el pedúnculo de la planta del cantueso (25° a 35°). El Herbero de la Sierra de Mariola es un anisado que puede contener desde un mínimo de 4 hasta 16 plantas de las que se recolectan en esta sierra.

DATOS BÁSICOS: 7 empresas comercializan al año 222.000 litros de Aperitivo-Café de Alcoy, 72.500 litros de Cantueso Alicantino, 485.000 litros de Anís Paloma de Monforte del Cid y 57.700 litros de Herbero de la Sierra de Mariola.

Brandy de Jerez

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA



ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Brandy de Jerez ampara la elaboración de brandy obtenido de aguardiente de vino y producido en la zona de elaboración y envejecimiento

constituida por el triángulo de los términos municipales de Jerez de la Frontera, Puerto de Santa María y Sanlúcar de Barrameda, en la provincia de Cádiz.

CARACTERÍSTICAS: El envejecimiento se realiza en botas de roble con una capacidad de 500 litros que previamente han contenido vino de Jerez. Los tipos de Brandy de Jerez son: Solera, sometido a un proceso de envejecimiento superior a 6 meses; Solera Reserva, con un envejecimiento superior a un año, y Solera Gran Reserva, con un envejecimiento superior a 3 años. La graduación alcohólica en todos los casos oscila entre 36° y 45°.

DATOS BÁSICOS: Las 24 empresas inscritas comercializan una media anual de 9,2 millones de litros de brandy, de los que el 80% se destina a la exportación.

Brandy del Penedés

INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de elaboración y envejecimiento del Brandy del Penedés está constituida por municipios en los que tradicionalmente se ha elaborado "Brandy del Penedés" y engloba por completo las comarcas del

Alt Penedés y el Baix Penedés, así como un municipio del Tarragonés.

CARACTERÍSTICAS: El Brandy del Penedés es una bebida espirituosa de color ámbar a topacio con reflejos de oro viejo obtenido de aguardientes de vino que se envejecen en recipientes de roble. Presenta una graduación alcohólica mínima de 36% vol y un contenido de sustancias volátiles superior a 150 g/hl de alcohol a 100% vol. Presenta un aroma intenso y cálido donde se pueden encontrar vestigios de frutos secos, con un bouquet muy vivo, así como notas de especias como canela, vainilla o nuez moscada entre otras. En el paladar es rico en taninos, evolucionando hacia un final de boca persistente, en el cual se pueden manifestar los matices aromáticos del roble como por ejemplo recuerdos de caramelo, almendra tostada, vainilla, torefractos. Es seco, fruto de su bajo contenido en azúcar ya que su contenido máximo de materias reductoras totales es de 20 g/l. Para su obtención se utiliza tanto la destilación continua como la discontinua, siendo esta última la destilación tradicionalmente más utilizada. El envejecimiento puede ser tanto estático como dinámico pero en cualquier caso finaliza en recipientes de roble de menos de 500 litros, lo que permite un mayor contacto con la madera de roble que le aporta matices aromáticos.

DATOS BÁSICOS: En el registro del consejo regulador figura inscrita 2 empresas que elaboran que comercializaron en el 2023 6,9 millones de litros de Brandy del Penedés. La práctica totalidad de la producción se destina a la exportación.

Gin de Mahón

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona de elaboración amparada se encuentra limitada a la isla de Menorca, en el archipiélago balear. Como base fundamental para la elaboración del Gin de Menorca se utiliza una planta característica de la isla: el enebro.

CARACTERÍSTICAS: Esta bebida se obtiene por destilación de alcohol etílico de origen agrícola, bayas de enebro y agua. La destilación se realiza en alambiques de cobre en contacto directo con fuego de leña. Una vez finalizado este proceso se introduce el líquido en barricas de roble blanco tipo americano de 3 a 5 días para que adquiera un ligero sabor a madera. El Gin de Menorca es transparente, con sabor a enebro y una graduación alcohólica que oscila entre los 38° y 43°.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figura inscrita una empresa, que produce y comercializa unos 312.905 litros anualmente. Un 3% de la producción se exporta.

Chinchón

DENOMINACIÓN ESPECÍFICA



ZONA GEOGRÁFICA: Ampara la elaboración y embotellado de anises en el término

municipal de Chinchón, en el sureste de Madrid. La tradición de este producto se remonta al siglo XVII, cuando los campos de Chinchón se convierten en grandes extensiones de viñedos y se cultivan importantes superficies de anís matalahúga.

CARACTERÍSTICAS: La fórmula de elaboración de esta bebida radica en la destilación en alambique de cobre de la matalahúva, matalahúga o anís verde. El producto así obtenido, alcoholato de anís, que lleva los aceites esenciales extraídos y destilados de la matalahúga, constituye la base para la elaboración de los distintos tipos y clases de Anís de Chinchón: Seco Especial, Extraseco, Seco y Dulce.

DATOS BÁSICOS: La única empresa inscrita en el Consejo comercializa una media anual de 1,3 millones de litros de anís. El 15% se destina a la exportación.

Herbes de Mallorca

Hierbas de Mallorca

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: Esta Denominación Geográfica protege la elaboración y embotellado de hierbas exclusivamente en la isla de Mallorca.

CARACTERÍSTICAS: Hierbas de Mallorca es la bebida espirituosa tradicional obtenida por la mezcla de una bebida anisada con una solución hidroalcohólica aromatizada por maceración y/o destilación de plantas aromáticas como la hierbaluisa, manzanilla, naranjo, limonero, romero, toronjil e hinojo, todas ellas producidas en la isla de Mallorca. El resultado es un producto de color verde con distintas intensidades y matices, detectándose diversos aromas que envuelven el olor del anís. Los intervalos de dulzor son muy amplios, lo que permite que cada consumidor encuentre el que desea. Se elaboran tres tipos de hierbas: dulces, mezcladas y secas.

DATOS BÁSICOS: Están registradas 6 empresas elaboradoras que producen y comercializan 1,2 millones de litros, de los que una parte importante es comercializada con la Denominación Geográfica.

Hierbas Ibicencas

DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona amparada se circunscribe a las islas de Ibiza y Formentera, en el archipiélago balear. Esta bebida espirituosa, cuya elaboración comenzó hace más de 200 años, se obtiene básicamente mediante la extracción de aromas de diversas plantas de esas islas como el hinojo, tomillo, romero, hierbaluisa, espliego, ruda, eucalipto, manzanilla, enebro, orégano, hojas y piel de limón y naranja y salvia, junto a la badiana y el anís verde o matalahúga.

CARACTERÍSTICAS: Las plantas aromáticas mencionadas se tratan mediante maceración, destilación o ebullición añadiéndose azúcar (máximo 250 gramos por litro elaborado), alcohol etílico de origen agrícola y agua desmineralizada. El contenido de alcohol puede oscilar entre los 24° y 38° y el color final de la bebida es topacio-ámbar.

CARACTERÍSTICAS: Las plantas aromáticas mencionadas se tratan mediante maceración, destilación o ebullición añadiéndose azúcar (máximo 250 gramos por litro elaborado), alcohol etílico de origen agrícola y agua desmineralizada. El contenido de alcohol puede oscilar entre los 24° y 38° y el color final de la bebida es topacio-ámbar.

DATOS BÁSICOS: Las 3 empresas productoras-embotelladoras registradas comercializan al año unos 300.000 litros. Un alto porcentaje de la producción se consume en las islas donde se elabora esta bebida espirituosa.

Licor Café de Galicia

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA:

Esta Indicación Geográfica protege el Licor Café elaborado en toda la comunidad autónoma de Galicia.

CARACTERÍSTICAS: El Licor Café de Galicia es la bebida espirituosa tradicional elaborada en Galicia a partir de aguardiente amparado por la Indicación Geográfica Orujo de Galicia/Aguardente de Galicia y alcohol etílico de origen agrícola, mediante maceración y/o destilación de alcohol en presencia de café de tueste natural, con un contenido mínimo de azúcares superior a 100 gramos por litro.

DATOS BÁSICOS: En el último año 47 empresas comercializaron 155.000 litros con Indicación Geográfica.

Licor de Hierbas de Galicia

(Licor de Hierbas de Galicia)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA:

Esta Indicación Geográfica protege los licores de hierbas elaborados en toda la comunidad autónoma de Galicia.

CARACTERÍSTICAS: Licor de Hierbas de Galicia es la bebida espirituosa tradicional elaborada a partir de aguardiente amparado por la Indicación Geográfica Orujo de Galicia/Aguardente de Galicia, mediante maceración y/o destilación de alcohol en presencia de las hierbas que lo caracterizan, con un contenido en azúcares superior a 100 gramos por litro; emplearán un mínimo de tres especies de plantas aptas para uso alimentario, entre las cuales se citan, por ser de uso más tradicional, 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, 46 empresas comercializaron 141.000 litros con Indicación Geográfica.

Orujo de Galicia

(Aguardente de Galicia)

INDICACIÓN GEOGRÁFICA



ZONA GEOGRÁFICA:

La Indicación Geográfica protege los aguardientes de orujo elaborados en Galicia.

CARACTERÍSTICAS: El producto se obtiene de la destilación de bagazos y orujos resultantes de la vinificación de uvas producidas en Galicia. Su graduación oscila entre los 37,5° y los 50°, con aromas intensos, delicados, armoniosos. El color es blanco transparente y limpio en los aguardientes de orujo; ambarino tostado, traslúcido y claro en el caso de los sometidos a envejecimiento.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador figuran inscritas 15 empresas que cumplen las normativas de la Indicación Geográfica y que comercializan una media anual de 65.000 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



isla de Mallorca, en la comunidad autónoma de Baleares.

CARACTERÍSTICAS: El Palo de Mallorca es un licor elaborado mediante la maceración de quina y genciana en una mezcla hidroalcohólica de alcohol etílico natural de origen agrícola. También se puede obtener por infusión de quina y genciana en agua, con adición posterior del alcohol hasta alcanzar la graduación requerida. Una vez finalizada la maceración o infusión de quina o genciana, y ya decantada, se le añade una disolución acuosa de sacarosa y azúcar caramelizado. En la última fase del proceso se incorpora alcohol y agua hasta obtener la graduación alcohólica permitida, entre 25° y 36°.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador de la Denominación Geográfica están inscritas 5 empresas que elaboran y comercializan más de 64.252 litros anuales.

ZONA GEOGRÁFICA: La Denominación Geográfica Palo de Mallorca ampara la elaboración de esta bebida espirituosa en todo el ámbito geográfico de la

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 2 empresas que elaboran que comercializaron en el 2023 7.733 litros de Ratafia Catalana. Toda la producción se destinó 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



de caña o sus destilados, agua potable, azúcares, extractos vegetales (aromas) y miel. El producto es de color del oro viejo al caoba intenso, capa media, limpio y brillante. Su sabor es intenso, dulce, untuoso, suave al paladar, de retrogusto muy agradable con aroma caramelizado, miel, con notas a ron y extractos vegetales. Su aspecto es traslúcido, exento de impurezas y de partículas en suspensión. Se podrá utilizar la mención Selecto cuando las materias primas (ron, aguardiente de caña, aguardiente de melaza de caña o sus destilados y miel) sean de origen canario. La graduación alcohólica mínima es del 20% del volumen y una máxima del 30%.

DATOS BÁSICOS: La producción de Ronmiel de Canarias ronda los 1,5 millones de litros anuales, de los cuales unos 46.000 litros se destinan a su exportación.

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

SIDRA



El sector de la producción industrial de sidra tuvo de nuevo un año 2023 excelente, pues aumentó significativamente su producción y el valor de la misma, así como también el consumo.

En este sentido, de todas las bebidas frías que se consumen fuera del hogar, la sidra fue de nuevo la menos demandada, según datos del Panel de Consumo del Ministerio de Agricultura. Sin embargo, aumentó su cuota de mercado desde el 0,9% hasta el 1,1%. Igual-

mente, el consumo per cápita fuera del hogar aumentó del 0,5 litros a 0,6.

En cuanto a la producción, de acuerdo con 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 2023 se elevó a 786.820 hectolitros, un 31% más que en el año anterior, en el que la producción también aumentó en un porcentaje similar. Asimismo, el valor alcanzado por estas producciones ascendió a casi 106,5 millones de euros, un 30% también por encima del año anterior.

España es el quinto productor de sidra de Europa, por detrás de Reino Unido, Francia, Irlanda y Alemania. A nivel mundial, el primer productor es Estados Unidos.

Los cambios en los gustos del consumidor hacia bebidas más naturales y con menos alcohol, unido a la irrupción de nuevas presentaciones y sabores, han hecho posible la recuperación del consumo tras los años de la pandemia en los que el sector se vio muy afectado por el cierre de la hostelería.

En el caso de la sidra achampanada, también ha influido en su positiva evolución la desestacionaliza-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE SIDRAS Y CIDER

EMPRESA	Mill. Euros
Heineken España, S.A *	1.100
Grupo El Gaitero	22
Eva Group (*)	14
Manuel Busto Amandi, S.A.	11
Customdrinks, S.L. Grupo Hijos de Rivera(*)	7,5
Sidra Menéndez, S.L.*	5,03
Sidra Trabanco, S.A.	3,98
Sidra Cortina Coro, S.L.	3,5
Sidras Kopparberg S.A	2
Llagar Castañón, S.L	1,6

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. *Incluye la facturación de otras producciones.

ción 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.

Las marcas de distribución (MDD) están muy implantadas en este sector y representan ya el 25% de todo el volumen comercializado.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

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 y la producción de cerveza.

En la DOP Sidra de Asturias estaban inscritos en 2023 un total de 31 lagares, 2 menos que en el año anterior. También había 382 cosecheros, 855 pomaradas y 971 hectáreas de manzano inscritas.

La primera empresa elaboradora de sidra es el Grupo El Gaitero, que registró una facturación de 22 millones de euros en el ejercicio 2023, muy por encima de la cifra del año anterior.

El segundo lugar en el ranking por facturación lo ocupa un grupo internacional que facturó casi 11 millones de euros y el tercero, un grupo multinacional ligado a la cerveza.

A partir de estas tres primeras empresas, las facturaciones anuales de las diez primeras empresas en el sector de la sidra van de 5 a 1,6 millones de euros. Entre esas diez empresas se encuentra la importa-

dora sueca Sidras Kopparberg, que lleva años introduciendo sidras en el mercado nacional y tiene una gran cuota de mercado porque abastece a la demanda extranjera fundamentalmente.

También sobresale por su cuota de mercado Sidras Menéndez, que ha apostado por la sidra con sello de calidad DOP Sidra de Asturias.

Por su parte, en la Denominación de Origen Euskal Sagar-doa había registrados 48 bodegas-lagares, que sacaron al mercado 85 tipos de sidra diferentes en el año 2023.

COMERCIO EXTERIOR

En el sector de la sidra, el comercio exterior en este sector es muy escaso. Las exportaciones son mínimas y las importaciones están motivadas por la demanda del turismo, que pide sidras elaboradas en sus países de origen.

Con la recuperación total del turismo tras la pandemia, se incrementó también las importaciones de sidra desde distintos países europeos.

Según datos del Ministerio de Comercio, en el año 2023 se importaron 11,4 millones de litros (un 15% más que en el año anterior) y se exportaron algo más de 4 millones de litros (un 18% por encima de un año antes).

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 envían algunas partidas de sidra achampanada a países con mucha población migrante o descendiente de migrantes españoles, como Cuba, República Dominicana, México o Venezuela. Hoy en día se exporta también a países de la UE (Bélgica, Países Bajos o Francia) y a Estados Unidos. ■

CONSUMO Y GASTO EN SIDRA

Durante el año 2023, los hogares españoles consumieron 15,0 millones de litros de sidra y gastaron 44,4 millones de euros en este producto. En términos per

cápita, se llegó a 0,3 litros de consumo y 0,9 euros de gasto.

CONSUMO Y GASTO EN SIDRA DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones litros)	PER CAPITA (Litros)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL SIDRA	15,0	0,3	44,4	0,9

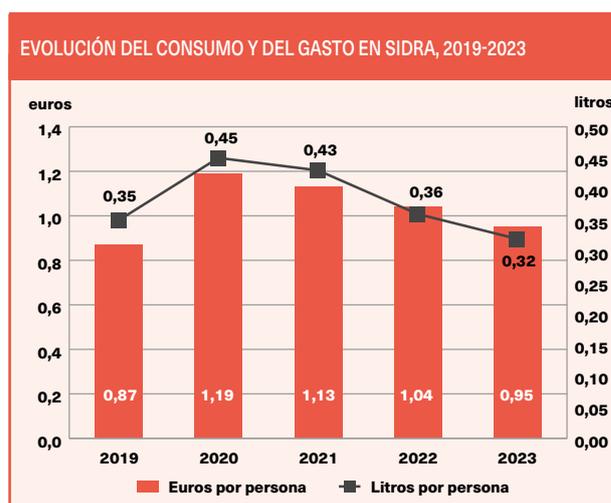
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de sidra durante el año 2023 presenta distintas particularidades:

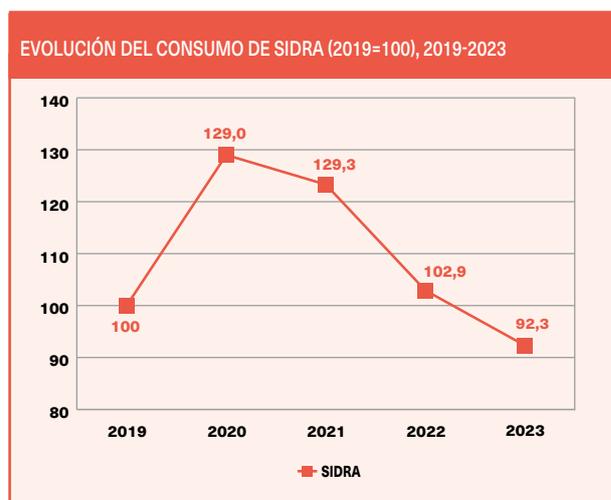
- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de sidra, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si 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 de más de 500.000 habitantes cuentan con menor consumo per cápita de sidra, mientras que los mayores consumos tienen lugar en los municipios de 2.000 a 10.000 habitantes.
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos, jóvenes y adultos independientes y entre las parejas jóvenes sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños o mayores, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Asturias, Galicia y Navarra cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, Baleares y Cataluña.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

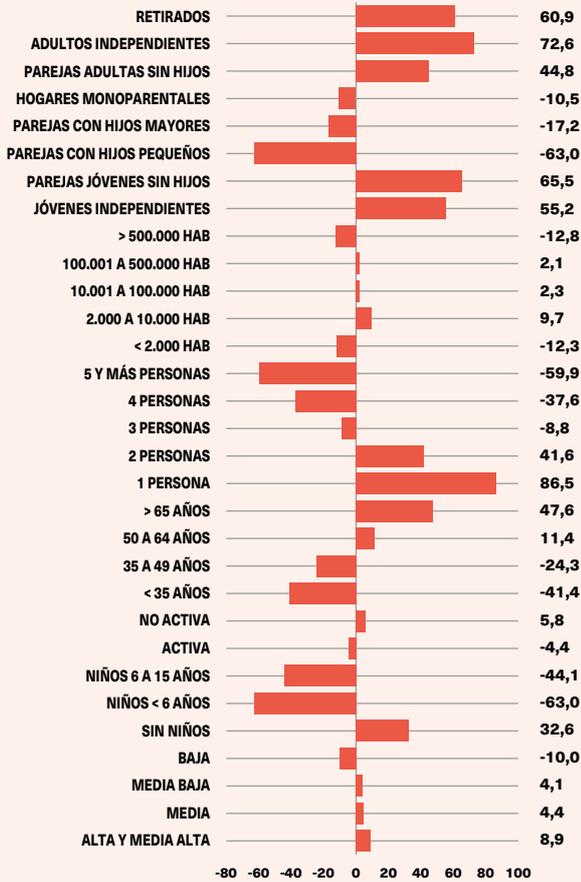
Durante los últimos años, el consumo de sidra estaba incrementándose aunque en el año 2020 se produce un notable repunte motivado por los efectos de la COVID-19, que durante los años 2021, 2022 y 2023 se ajusta a la baja volviendo a los niveles anteriores a la pandemia. En el periodo 2019-2023, el consumo 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 2019-2023, y respecto a la demanda de 2019, se observa un ascenso notable en el ejercicio 2020, con disminuciones en los años 2021, 2022 y 2023.



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

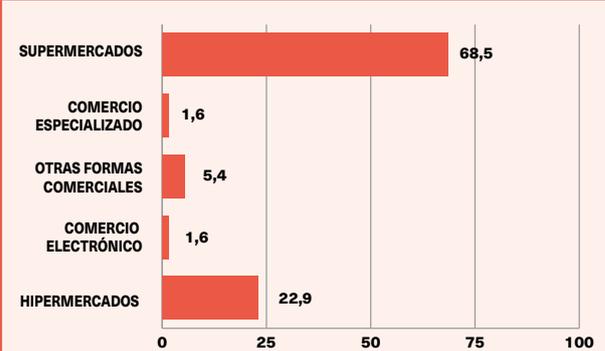


* Media nacional = 0,3 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sidra a los supermercados (68,5% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 22,9% y los establecimientos especializados llegan al 1,6% y el comercio electrónico al 1,6%. Las otras formas comerciales concentran el 5,4% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SIDRA POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



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 vermut es una bebida tradicional que se elabora con vino, ajenojo 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. Al igual que un año antes, el sector del vermú registró en 2023 una nueva caída de su producción industrial. Según los datos de la Encuesta Industrial de Productos, que publica el INE (Instituto Nacional de Estadística) la producción nacional disminuyó en volumen un 12 % con respecto al año anterior al sacar al mercado un total de 570.019 hectolitros. Asimismo, el valor de esa producción disminuyó un 28%, hasta los 177,6 millones de euros. El mercado nacional del vermú experimentó un gran crecimiento en los años previos a la pandemia, debido al auge del tapeo al mediodía y a que muchos jóvenes optaron por esta bebida tradicional.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial del vermú está formado por varias decenas de empresas. Las más importantes están integradas en la Asociación Española de Elaboradores y Distribuidores de Vermouth, Bitter-Soda y Aperitivos Vínicos (ANEV), que se creó en 1977. Las ocho empresas que forman parte de ANEV controlan en torno al 80% de todo el mercado nacional del vermú. Entre ellas hay empresas de tamaño pequeño-medio, junto a alguna grande que está entre las primeras productoras de ron. Los principales operadores del sector son algunas industrias de capital español, junto a grandes multinacionales de origen italiano. Sin embargo, en los últimos años han empezado su actividad muchas pequeñas empresas de carácter semiartesanal, al igual que ha sucedido en el sector de la cerveza. Anualmente se consumen en nuestro país alrededor de 60 millones de litros de vermú (producción más importaciones, menos exportaciones), básicamente durante la hora del aperitivo. Las ciudades donde más vermú se consume son Madrid y Barcelona.

COMERCIO EXTERIOR

La balanza comercial es netamente positiva para este sector. En 2023 se vendieron en el exterior, tanto envasado como a granel, 69,9 millones de litros de vermú (un 0,4% más que en el año anterior). Asimismo, se importaron 18,6 millones de litros, un volumen que resultó inferior en un 4% al del año precedente, según datos del Ministerio de Comercio. ■

BEBIDAS REFRESCANTES



El sector de las bebidas refrescantes volvió a registrar un incremento en sus ventas anuales en 2023, gracias en parte a la buena marcha de las marcas de distribuidor (MDD), que ganaron en cuota de mercado por sus precios más bajos. El avance de las MDD se reflejó más en los refrescos de cola y en los refrescos con gas, pero también se notó ese crecimiento en el segmento de las bebidas isotónicas y energéticas.

De acuerdo con los datos de la Encuesta Anual de Producto, que publica el INE, en 2023 la producción de bebidas de cola, limonada, etc., sumó casi 4.573 millones de litros, por un valor de 4.602 millones de euros. Si se comparan estas cifras, que no incluyen toda la producción de refrescos, pero sí una buena parte, con las del año anterior se observa un crecimiento del 7% en valor y una caída del 11% en volumen.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE LOS REFRESCOS

EMPRESA	Mill. Euros
Coca Cola Europacific Partners Iberia	3.325
Font Salem (Grupo Damm)*	1900
J. García Carrión *	1100
Pepsico Bebidas Iberia*	400
Schweppes (SUNTORY BEVERAGE & Food Spain*	428
Refresco Iberia	200
Red Bull España *	150
Agua Mineral San Benedetto, S.A *	136,9
Refrescos del Atlántico *	50
Ahembo S.L*	68

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023 * Incluye la facturación de otras producciones.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

La estructura empresarial del sector de las bebidas refrescantes está compuesta por compañías de distinto tamaño, con gran implantación en el mercado nacional. Junto a grandes grupos multinacionales, en los primeros escalones del ranking se encuentran también empresas españolas de sectores afines como el del vino, el agua o incluso los lácteos. Estas empresas han entrado en el sector de los refrescos para consolidar sus líneas de negocio.

La asociación que representa al sector es ANFABRA (Asociación de Bebidas Refrescantes), que fue fundada en 1977 y cuenta actualmente con 20 socios empresariales y con varias empresas colaboradoras.

Según ANFABRA, el sector aporta casi 5.000 millones de euros a la economía nacional y genera unos 80.000 puestos de trabajo, directos e indirectos. A este respecto, se estima que por cada empleo creado en la industria, se generan otros siete de manera indirecta. A lo largo del proceso que va desde la producción del refresco hasta que llega al consumidor, intervienen proveedores de materias primas, envases, logística, distribución, análisis de mercado, publicidad y muchos más.

El ranking de empresas por facturación lo encabezaba en 2023 una multinacional, que produjo más de la mitad del volumen total y tuvo unas ventas por valor de 3.325 millones de euros, entre todos los sectores que componen su actividad. Esta facturación de 2023 fue muy superior a la del año anterior.

El segundo grupo por ventas llegó a facturar 1.900 millones de euros, cifra superior a la del año pasado en la que tiene mucho peso la aportación del sector cervecero, que es su negocio principal.

Por su lado, también subió la facturación del tercer grupo empresarial (hasta los 1.100 millones de euros, en los que se incluyen las aportaciones de otras líneas de negocios) y la del cuarto aumentó un hasta los 400 millones de euros (también incluidas las ventas de otras producciones).

En este sector de los refrescos, las marcas blancas o de distribuidor (MDD) son menos importantes que en otros, aunque su posición depende mucho de los diferentes segmentos del mercado. Por ejemplo, en gaseosas llegan a alcanzar hasta el 60% del mercado, pero en refrescos de cola ese porcentaje es mucho menor.

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.

Las empresas del sector llevan muchos años reduciendo el contenido de azúcar en sus productos, de acuerdo con los gustos del consumidor. En este sentido, España es líder a nivel europeo en la reducción de azúcar de los refrescos.

También las empresas del sector están trabajando para reducir el peso de los envases y para introducir materiales reciclados y reutilizables en su composición.

COMERCIO EXTERIOR

En este sector, el comercio exterior no es muy relevante ya que el elevado coste del transporte de los refrescos hace poco rentable el comercio. Además, al tratarse de un mercado muy globalizado, en el que predominan las grandes marcas de grupos multinacionales, los movimientos entre filiales del mismo grupo, de distintos países, no se contabilizan en las estadísticas de comercio exterior.

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 85 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 2023, los hogares españoles consumieron 1.676,8 millones de litros de gaseosas y bebidas refrescantes y gastaron 1.886,5 millones de euros de esta familia de productos. En términos per cápita, se llegó a 38,8 litros de consumo y 40,3 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a las bebidas refrescantes (32,9 litros por persona y año), y dentro de

ellas, los consumos más elevados se registran en los refrescos de cola (16,2 litros per cápita), seguido de los refrescos de naranja (3,5 litros per cápita). Por su parte, la gaseosa alcanza un consumo de 2,9 litros por persona y año. En términos de gasto, las bebidas refrescantes concentran el 96,8%, con un total de 39,0 euros por persona, mientras que la gaseosa representa el 3,2%, con 1,3 euros por persona.

CONSUMO Y GASTO EN BEBIDAS REFRESCANTES DE LOS HOGARES, 2023

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CAPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CAPITA (Euros)
TOTAL BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	1.676,8	35,8	1.886,5	40,3
GASEOSAS	136,6	2,9	62,5	1,3
BEBIDAS REFRESCANTES	1.540,2	32,9	1.824,0	39,0
NARANJA	162,5	3,5	139,5	3,0
LIMON	131,8	2,8	110,8	2,4
COLA	755,6	16,2	883,3	18,9
NORMAL	287,9	6,2	349,7	7,5
LIGHT	324,6	6,9	372,0	8,0
SIN CAFEINA	13,5	0,3	14,3	0,3
LIGHT SIN CAFEINA	129,6	2,8	147,3	3,1
BEBIDA REFRESCANTE TONICA	36,9	0,8	71,8	1,5
BEBIDA REFRESCANTE TE Y CAFE	105,9	2,3	168,1	3,6
BEBIDA REFRESCANTE ISOTONICAS	138,3	3,0	216,8	4,6
BEBIDA ENERGETICA	42,9	0,9	103,2	2,2
OTRAS BEBIDAS REFRESCANTES	209,3	4,5	233,8	5,0
BEBIDAS CON ZUMO Y LECHE	85,8	1,8	106,7	2,3



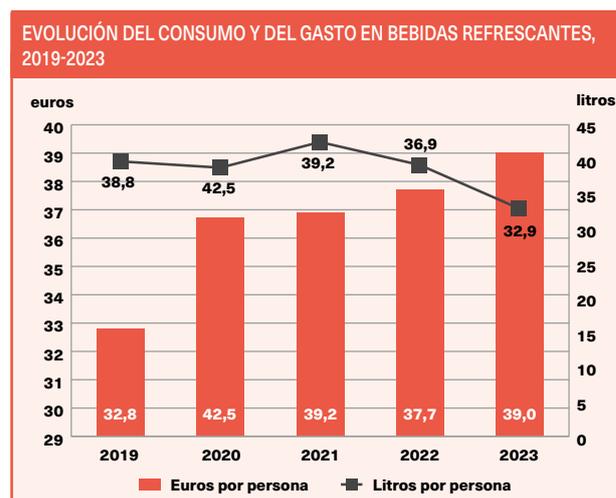
DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes durante el año 2023 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 bebidas refrescantes y gaseosas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja fuera del hogar, el consumo de bebidas refrescantes y gaseosas es superior.
- En los hogares donde compra una persona mayor de 65 años, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona menor de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de bebidas refrescantes y gaseosas, mientras que los índices más reducidos se registran en los núcleos familiares formados por 4 miembros.
- Los consumidores que residen en núcleos con censos de entre 10.000 y 100.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de gaseosas y bebidas refrescantes, mientras que los menores consumos tienen lugar en los grandes núcleos urbanos (mayores de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de adultos y jóvenes independientes, parejas sin hijos, con independencia de su edad y retirados, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños y entre hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Baleares, Murcia y Andalucía cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a País Vasco, Navarra y Cantabria.

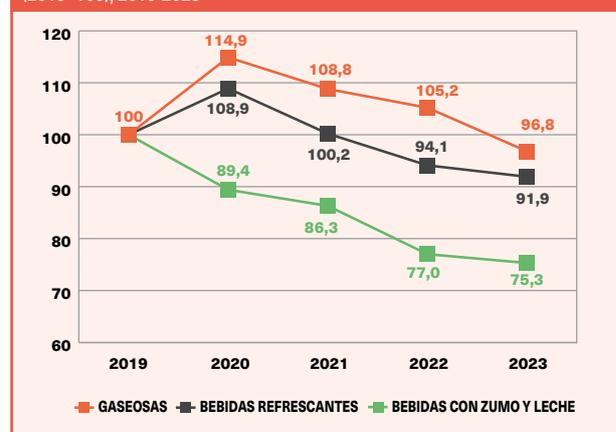
EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos años, el consumo de gaseosas y bebidas refrescantes estaba disminuyendo pero en el ejercicio 2020 se produce un repunte motivado por los efectos de la COVID-19 que se está diluyendo en los tres últimos ejercicios. En el periodo 2019-2023, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 (42,5 litros por consumidor) mientras que el gasto más significativo se produce en este ejercicio 2023 (39,0 euros por consumidor).

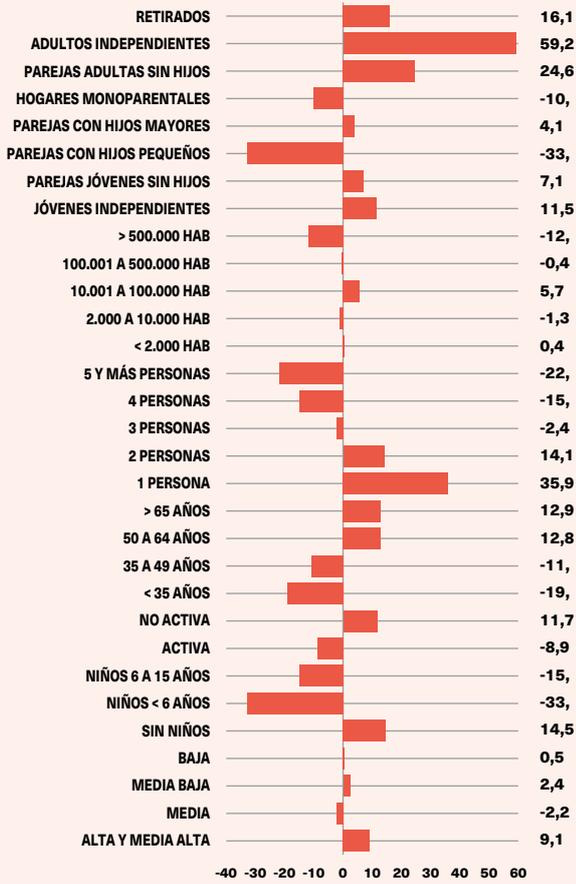


En la familia de gaseosas y bebidas refrescantes, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2019-2023 ha sido similar para gaseosas y bebidas refrescantes con una recuperación en el año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 que, sin embargo, no se mantiene en los ejercicios siguientes.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE BEBIDAS REFRESCANTES (2019=100), 2019-2023



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

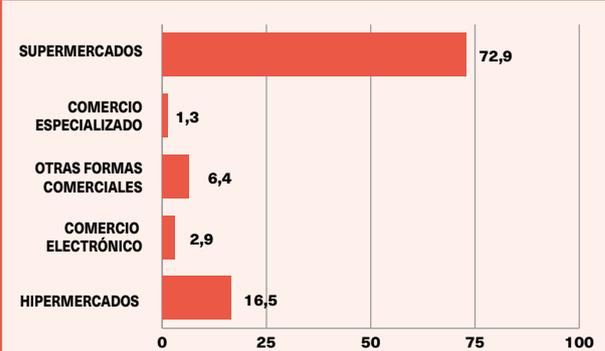


* Media nacional = 35,8 litros por persona

CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2023 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de gaseosas y bebidas refrescantes a los supermercados (72,9% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en estos productos una cuota del 16,5%, el comercio especializado el 1,3%, el comercio electrónico del 2,9% y, finalmente, otras formas comerciales representan el 6,4% restante. ■

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS REFRESCANTES POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2023



AGRICULTURA Y GANADERÍA ECOLÓGICA



La producción agraria ecológica (también llamada biológica u orgánica) es el 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.

En España, la producción ecológica se encuentra regulada 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 obtenidas deben llevar impreso el logotipo de la Unión Europea y el código numérico de la entidad de control de quien depende el operador responsable del producto, además de su propia marca y los términos específicos de la producción ecológica.

PRODUCCIÓN 2023

En la Unión Europea, la superficie total de tierras agrícolas dedicadas a la producción ecológica superó, al inicio de 2023, los 17 millones de hectáreas. Los países que contaban con mayor superficie ecológica eran Francia (casi el 17% del total), España, Italia y Alemania. Los cua-

tro países juntos sumaban ese año más del 56% de toda la superficie ecológica de la Unión Europea.

En cuanto a la ganadería, en los últimos años se ha producido un aumento considerable del censo de ganado en producción ecológica.

A nivel de España, la superficie inscrita en agricultura ecológica llegó en 2023 a superar los 3,1 millones de hectáreas, situándose la superficie agraria útil (SAU) dedicada a los cultivos ecológicos en cerca del 12,5 % del total. Si el crecimiento se mantiene en los próximos años, se podrá cumplir en 2030 el objetivo de destinar un 25% de las tierras agrícolas a la producción ecológica, fijado en el Pacto Verde europeo.

Aproximadamente, de la superficie total en 2023, un 77 % se encontraba ya calificada como ecológica y el 10,3 % estaba en conversión (el resto era superficie en su primer año de práctica ecológicas).

Andalucía acaparaba ese año cerca del 48% de todas las tierras (incluidos montes y pastos) en agricultura ecológica de España, seguida por Castilla-La Mancha, Cataluña Comunidad Valenciana y Murcia. En el resto de las CC.AA había producción ecológica, aunque las superficies eran mucho menores. A este respecto, las que contaban con menor superficie ecológica en cifras absolutas eran Canarias, La Rioja y Cantabria.

Como es habitual, la mayor parte de la superficie ecológica correspondió a los pastos permanentes, que ocuparon casi 1,65 millones de hectáreas. En segundo lugar por superficie destacó el grupo de cultivos permanentes (unas 878.470 hectáreas) y en tercer lugar, los cultivos arables (unas 634.014 hectáreas).

Dentro ya de los cultivos arables sobresalieron por su superficie los cereales (cerca del 43% del total), los barbechos (31%), las plantas para alimentación animal (algo más del 10%); las legumbres (8%); los cultivos industriales (5%); las hortalizas (4,8%); las tierras arables y los tubérculos.

Por su parte, en el grupo de los cultivos permanentes sobresalían por su superficie los frutos secos (36% del total), el olivar (33%) y el viñedo (19%). A mucha distancia se situaron los cítricos y el resto de frutales (hueso, pepita, tropical, platanera, etc.).

GANADERÍA ECOLÓGICA

Las actividades ganaderas ecológicas registradas al empezar 2023 ascendían a cerca de 11.106. Andalucía acumulaba el mayor número de actividades ganaderas

ecológicas (56% del total), seguida por Cataluña (10%), Galicia (8%), Extremadura (6%) y Castilla-La Mancha (4%) También había actividad ganadera ecológica en el resto de las regiones.

Por orientaciones productivas, las más importantes eran las explotaciones bovinas (53% del total), seguidas de las ovinas (27%), pero también hay granjas ecológicas de ganado caprino y equino, así como también colmenas y granjas de aves, conejos y caracoles, aunque estas últimas son muy minoritarias.

No obstante, la mayor cabaña por número de animales era la de aves, tanto para producción de carne, como para huevos.

La producción de carne ecológica superó en volumen las 48.962 toneladas, de las que unas 32.000 eran carne de vacuno y unas 10.000 toneladas carne de ovino. La producción se completó con una producción de carne de porcino (unas 4.400 toneladas), de aves (unas 1.500 toneladas), de caprino (unas 560 toneladas) y de equino (unas 380).

Además de la producción de carne ecológica, también hay otras producciones ganaderas como la leche (unas 80.000 toneladas, entre leche cruda y leche de consumo directo), los quesos (unas 1.600 toneladas), los yogures (cerca de 2.300 toneladas), los huevos y la miel.

Igualmente, se contabilizaron unas 4.300 toneladas de peces, moluscos y crustáceos procedentes de la acuicultura ecológica. Casi el 40% de esta producción fueron mejillones y un 24% truchas. También se criaron en acuicultura ecológica certificada esturiones, doradas, lubinas e incluso ostras.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA	
EMPRESA	Mill. Euros
Lácteos Industriales Agrupados, S.A. *	290
Frías Nutrición, S.A. *	103
Liquats Vegetals, S.A. *	91
Herbex Iberia, S.L. *	70
Almendras de Andalucía, S.L.*	51
Frunet, S.L. *	44
Martínez Nieto, S.A. *	45
Soria Natural, S.A. *	36,3
Laboratorios Almond, S.L. *	24
Nutriops, S.L. *	11

FUENTE: ALIMARKET. Año 2023. * Incluye la facturación de otras producciones.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Respecto al sector empresarial de la producción ecológica, según datos del Ministerio de Agricultura había registradas al empezar el año 2023 casi 12.000 industrias, de las cuales la mayor parte eran industrias dedicadas a la producción vegetal. De entre estas últimas industrias, el grupo más numerosos son las empresas dedicadas a la manipulación y conservación de frutas y hortalizas. El siguiente grupo es el de elaboración de otros productos vegetales, seguido de las bodegas, las almazaras y las panificadoras y las empresas dedicadas a la producción de piensos.

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, seguidas de las destinadas a la elaboración de otros productos de origen animal, las de productos lácteos, las de manipulación y las de conservación de pescados, crustáceos y moluscos.

Andalucía es la región con mayor número de industrias ecológicas (casi el 32% del total), seguida por la Comunidad Valenciana, Cataluña, Castilla-La Mancha, Murcia Castilla y León, Galicia y Canarias. No obstante, industrias ecológicas hay en todas las regiones.

Si bien es cierto que existen varios grandes grupos de alimentación que tienen sus líneas de producción de alimentos ecológicos, el sector empresarial está formado básicamente por pequeñas y medianas empresas, muchas de ellas de carácter familiar.

La primera empresa dedicada a los productos ecológicos facturó en 2023 un total de 290 millones de euros, mientras que la segunda finalizó el ejercicio con una facturación cercana a los 103 millones de euros y la tercera superó los 91 millones de euros, de acuerdo con los datos publicados por la empresa dedicada a la información económica sectorial Alimarket. En todos los tres casos, la facturación de 2023 fue mayor que en el año anterior. Asimismo, en el ranking de las diez primeras empresas del sector había compañías que facturaron entre 70 y 11 millones de euros. También estas entidades facturaron más que un año antes.

Igualmente, al empezar el año 2023 había registrados en España unos 64.430 operadores ecológicos (productores, elaboradores y comercializadores)

La mayor parte de estos operadores eran productores y el resto se dedicaba a la elaboración-transformación y a la comercialización (incluido la venta al exterior). A este respecto, estaban registradas cerca de 6.150 actividades de elaboración de alimentos ecológicos y 3.044 empresas comercializadoras. También aparecían en los registros de la agricultura ecológica cerca de 594 importadores y unos 681 exportadores. Por último, las entidades de producción acuícola ecológica rondaban las 181.

CONSUMO DE ALIMENTOS ECOLÓGICOS

Después de varios años de crecimiento sostenido, el consumo de alimentos ecológicos en los hogares españoles durante 2023 descendió en volumen, aunque



no en valor. Según el informe que publica anualmente el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), el consumo disminuyó en volumen un 2,8 % con respecto a 2022, pero el gasto realizado se incrementó un 5,6% como consecuencia del aumento del precio medio en un 8,7%. El precio medio de este tipo de productos es muy superior al del resto de los alimentos.

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.

Durante 2023, los hogares españoles destinaron a la compra de alimentos ecológicos certificados (no se contabilizan aquellos que siendo ecológicos no tiene el correspondiente sello) el 3,27% 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 56,63 euros durante el año.

Asimismo, de todo el volumen de alimentos consumidos en los hogares en 2023, el 2,32% correspondió a los productos ecológicos. De este modo, cada español consumió 13,35 kilos de productos ecológicos en 2023, un 3,9% menos que lo consumido en 2022.

De todos los alimentos y bebidas ecológicos consumidos en los hogares, sólo cuatro registraron un crecimiento en volumen durante 2023, con respecto al año anterior: la carne, los vinos, los zumos y las frutas transformadas. En valor, los que tuvieron un incremento con respecto al año anterior fueron los huevos, las carnes, la pasta, las hortalizas frescas, los vinos, los zumos y las frutas y hortalizas transformadas,.

En el informe del MAPA se indica que las frutas frescas ecológicas representan la parte mayoritaria del volumen de alimentos ecológicos (24,2%), aunque su peso en el valor de esos productos comprados en los hogares es muy inferior (12,8%). Por el contrario, las carnes representaron el 15% del volumen total de productos ecológicos consumidos en los hogares, pero su cuota en valor fue de casi el 31%.

Las hortalizas frescas son el segundo grupo de productos más consumido en volumen (representó el 17,1 %) y también en valor (9,9% en 2023).



Además de estos tres grupos de productos, también están entre los más consumidos el pan fresco, las patatas, las bebidas vegetales y los huevos.

Para las familias españolas, la tienda tradicional siguió siendo el 2023 el principal canal de compra de alimentos ecológicos, con una cuota de mercado del 31,8%. En ese ejercicio, las tiendas perdieron cuota de mercado.

Finalmente, por regiones fueron los hogares de Baleares, La Rioja y Galicia, los que tuvieron un consumo más intensivo de estos alimentos. Más concretamente, un año más los ciudadanos de Baleares fueron los que más alimentos ecológicos per cápita consumieron en sus hogares: 24,1 kilos por persona durante 2023, un total de 10,8 kilos por persona más que la media nacional. No obstante, en 2023 descendió el consumo por persona también en Baleares.

ANDALUCÍA



Andalucía había en 2023 algo más de 1.516.661 hectáreas en agricultura ecológica, de las que casi el 75% estaban calificadas de ecológico, el

5% en conversión y el 20% restante se encontraba en su primer año de prácticas ecológicas. De esa superficie, los cultivos en tierras arables ocupaban unas 200.000 hectáreas y los cultivos permanentes otras 277.000 hectáreas. Entre los primeros destacan los cereales (88.444 hectáreas), pero también son importantes los cultivos de hortalizas, legumbres y tubérculos. Por su lado, entre los cultivos permanentes destaca el olivar (134.782 hectáreas), seguido de los frutos secos (114.359 hectáreas). También contaban con una superficie importante destinadas a prados y pastos permanentes, así como también a dehesas (959.070 hectáreas).

Al comenzar el año 2023, había cerca de 3.140 productores agrícolas ecológicos, de los que un 40% eran sólo ganaderos y el resto eran productores mixtos (agricultura y ganadería). Además, estaban activas una entidad de producción acuícola ecológica, 983 elaboradores, 356 comercializadores ecológicos, 120 importadores y 53 exportadores.

Ese año, en la ganadería ecológica andaluza había registradas 3.135 explotaciones de bovino de carne (que contaban con 154.445 cabezas); 2.114 explotaciones de ovino de carne (461.194 cabezas) y 49 de ovino de leche (11.519 cabezas); 92 explotaciones de porcino (10.778 animales); 426 de caprino de carne (17.309 cabezas) y 129 de caprino de leche (25.856 animales). También había 178 granjas equinas; 94 dedicadas a la apicultura y 21 de aves de corral (principalmente gallinas de puesta). La provincia con mayor número de explotaciones ganaderas ecológicas fue Huelva, seguida de Córdoba. No obstante, en vacuno de carne destacó Cádiz y en caprino de carne Jaén.

La producción de carne certificada como ecológica en Andalucía ronda las 32.000 toneladas, la mayor parte de vacuno. Además de la carne, se producen importantes volúmenes de leche de cabra y oveja, así como también huevos y miel. Por su lado, la producción acuícola ecológica certificada también es importante, especialmente la de esturión.

Finalmente, las industrias ecológicas andaluzas relacionadas con producciones vegetales eran en el año 2023

un total de 3.868. un 15% más que en el año anterior. El grueso de estas industrias tenían que ver con la producción vegetal. Entre ellas, destacaron las dedicadas a la manipulación de hortalizas (826 en 2023) y a la elaboración de aceites (551) y a las bebidas (bodegas principalmente). Entre las ganaderas, destacaron las dedicadas a la elaboración de productos cárnicos (167).

ARAGÓN

En Aragón había al comenzar el año cerca de 73.100 hectáreas de agricultura ecológica, de las que cerca de 41.800 estaba calificada y el resto en reconversión o en el primer año de prácticas. Zaragoza era la provincia con mayor superficie ecológica. Los cultivos ecológicos en tierras arables se extendían por casi 57.300 hectáreas y los permanentes por otras 22.800 hectáreas. Entre los primeros destacaban los cereales y entre los segundos, los frutos secos y el olivar. También contaban con cerca de 26.700 hectáreas dedicadas a pastos permanentes.



Ese año se encontraban activos casi 1.400 productores agrícolas ecológicos, 7 ganaderos y 69 mixtos (agricultura y ganadería). Además, había unos 185 elaboradores de alimentos ecológicos, así como también importadores y comercializadores de productos, todos mayoristas.

Por su lado, también había registradas unas 65 explotaciones ganaderas, de las que algo menos de la mitad eran de ovino de carne, pero también contaban con explotaciones de vacuno, caprino, porcino, ovino, aves para puesta, caprino de leche y apicultura.

La producción anual de carne ecológica se acercó a las 2.250 toneladas. Además, ese año también se produjeron huevos ecológicos y una pequeña cantidad de miel, entre otras producciones ganaderas.

En cuanto al sector industrial, había ese año unas 260 industrias registradas, de las que el 80% estaban relacionadas con el sector vegetal y el resto con el ganadero. Entre las primeras destacaban las dedicadas a la manipulación y conserva de frutas y hortalizas, así como también las almazaras-envasadoras de aceites y las bodegas. Por su parte, entre las del sector ganadero, la mitad eran empresas dedicadas a la elaboración de productos cárnicos.

ASTURIAS

La superficie asturiana en agricultura ecológica superó con creces las 21.226 hectáreas, de las que el 83% estaba calificado, el resto estaban en conversión o en su primer año de prácticas. La mayoría de la superficie ecológica estaba ocupada por pastos (más de 20.400 hectáreas). Dentro de las tierras arables, destacaron los campos de cereales y entre los cultivos permanentes, las tierras de frutales (manzanos principalmente), las de bayas comestibles y una pequeña superficie dedicada al cultivo de frutas subtropicales.

En el Principado había algo menos de 230 productores agrícolas ecológicos registrados, de los que casi el 90% eran ganaderos y el resto productores mixtos (agricultura y ganadería). Además, se encontraban en actividad 4 entidades de producción acuícola; más de 80 elaboradores; 2 importadores y casi 200 comercializadores de productos ecológicos.

Asturias contaba también con unas 390 actividades ganaderas ecológicas registradas, de las que el 70% eran de vacuno de carne y el resto, de vacuno de leche, ovino para carne, caprino para carne, equino, aves de puesta y apicultura.

En cuanto al sector industrial, en el sector había unas 90 empresas vinculadas con las producciones vegetales ecológicas, de las que un 40% se dedicaban a la manipulación y conservas de frutas y hortalizas, un 17% eran de elaboración de productos de panadería y un 20% de bebidas (sidra principalmente). Al margen de éstas, había también medio centenar de industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, entre las que destacaban las dedicadas a la elaboración y conservación de productos cárnicos; a la elaboración de otros productos de origen animal; a los productos lácteos y a la elaboración y conserva de pescados y mariscos.

La producción de carne ecológica casi alcanzó las 322 toneladas, la mayor parte de vacuno. Además, también se producen unas 5.942 toneladas de leche cruda de vaca, así como también pequeñas cantidades de queso, yogur, miel y huevos ecológicos.



ISLAS BALEARES

La superficie de la agricultura ecológica en Islas Baleares se acercaba en 2023 a las 46.845 hectáreas, de las que el 86% estaban ya calificadas, según los datos del Consejo Balear de la Producción Agraria Ecológica.

De la superficie agraria inscrita en producción ecológica, que se incrementó un 10% respecto al año anterior, un total de 5.887 hectáreas eran bosques y zonas de recolección silvestre. Por sectores, los pastos y forrajes sumaron ese año 23.224 hectáreas, seguidos de los cereales y legumbres (7.112 ha.), los cultivos de frutos secos (5.060 ha.), el olivar (1.703 ha), el barbecho y abono en verde (1.645 ha.), los cultivos de frutas (370 ha.), las hortalizas y tubérculos (239 ha.), cítricos (90 ha.), y plantas aromáticas y medicinales (44 ha.).

Entre todos los cultivos destaca el caso de la viña, que cada año incrementa su superficie en ecológico. En 2023, prácticamente el 50% de todo el viñedo balear estaba certificado como ecológico.

En cuanto al número de operadores que había en Baleares, al acabar el año estaban registrados 1.258 en total, de los cuales 885 eran productores y 373 eran elaboradores. El grueso de los productores eran agricultores, mientras que en el grupo de los elaboradores había también importadores y casi 100 comercializadores.

En cuanto al sector ganaderos, había registradas cerca de 320 explotaciones, de las que casi la mitad eran de ovino de carne y el resto de vacuno de carne, caprino de carne, porcino y aves de puesta. Asimismo, estaban registradas granjas de producción de leche de vaca, oveja y cabra, así como de carne de pollos, de otras aves, de equino y de miel.

Las industrias ecológicas baleares vinculadas a la producción vegetal eran algo más de 220. Los grupos más importantes eran los de elaboración de aceites y grasas vegetales, los de la elaboración de bebidas (entre bodegas de vinos y licores) y los del manipulado y conserva de frutas y vegetales. También se encontraban en actividad medio centenar de industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, principalmente carne y leche. La producción de carne ecológica ronda las 182 toneladas, entre porcino, ovino, aves y vacuno.



CANARIAS



En Canarias había cerca de 8.347 hectáreas en agricultura ecológica al inicio de 2023, de las que el 91% estaban calificadas y el resto se encontraba en conversión.

Dentro de los cultivos permanentes destacan las más de 1.065 hectáreas de plataneras y frutales subtropicales y las 470 hectáreas de viñedos. Por su lado, entre los cultivos arables sobresalieron las tierras de hortalizas, con una superficie de casi 390 hectáreas.

En esta comunidad autónoma estaban activos y registrados al iniciar el año 2023 un total de 1.915 productores agrícolas ecológicos, a los que se suman unos 100 productores relacionados con el sector ganadero. Asimismo, también hay registrados cerca de 260 elaboradores, 17 importadores y 287 comercializadores de alimentos ecológicos. Además, estaban en actividad más de 110 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacaron las dedicadas a la producción de huevos y a la apicultura.

Las industrias ecológicas canarias vinculadas a las producciones vegetales eran más de 225 y de ellas, aproximadamente un centenar trabajaban con frutas y hortalizas frescas. El resto se dedicaba a la producción de vino y de otros productos, principalmente.

Además, había también más de una treintena de industrias ecológicas relacionadas con producciones animales, entre las productoras de carne, huevos y productos lácteos. La producción de carne ecológica canaria ronda las 38 toneladas anuales, la mayor parte de vacuno. También se producen en las islas una tonelada de plantas acuáticas en acuicultura y pequeñas cantidades de leche de oveja y cabra, así como quesos, miel y huevos ecológicos.

CANTABRIA



La superficie de agricultura ecológica en Cantabria se acercaba al inicio de 2023 a las 3.183 hectáreas, de las que el 90 % estaban ya calificadas como ecológicas (el resto estaba en proceso de calificación). La mayor parte de esa superficie eran pastos permanentes (2.977 hectá-

reas), pero también había cerca de 53 hectáreas eran de cultivos arables y unas 151 de cultivos permanentes (frutos secos y frutales principalmente).

Ese año se encontraban en activo casi 90 productores agrícolas ecológicos, casi 100 ganaderos y 10 mixtos (agricultura y ganadería). Asimismo, también estaban registradas varios operadores en acuicultura, elaboradores, importadores, exportadores y comercializadores de alimentos ecológicos.

En Cantabria estaban registradas cerca de 140 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacaron las de vacuno de carne, si bien había también explotaciones dedicadas al vacuno de leche, a la producción de carne de caballo, a la de carne de ovino, a la de carne de caprino y a la producción de huevos. Asimismo, contaban con varias explotaciones apícolas.

En cuanto al sector industrial, estaban registradas unas 40 industrias ecológicas vinculadas con las producciones vegetales y otras 38 con las animales. Entre las primeras sobresalían las de panadería y panificación, las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas y las de elaboración de bebidas. Por su parte, entre el sector industrial ganadero había muchas empresas dedicadas a la manipulación y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, así como también a las de otros productos alimenticios; a la conservación de carnes y a la producción láctea.

La producción de carne ecológica certificada está ya por debajo de las 37 toneladas, la mayor parte de vacuno. También hay una gran producción de leche cruda de vaca, así como también de quesos, yogur y huevos ecológicos.

CASTILLA-LA MANCHA

En Castilla-La Mancha había a iniciar 2023 cerca de 521.814 hectáreas de agricultura ecológica, de las que el 63% estaba ya calificada. También contaban con cerca de 53.900 hectáreas de prados, pastos y dehesas.



Los principales cultivos arables fueron los cereales, las plantas para alimentación animal y las legumbres, mientras que entre los cultivos permanentes sobresalieron el olivar y los viñedos. En esta comunidad había cerca de 9.640 productores agrícolas ecológicos, así como también en torno a 40 ganaderos y más de 165 mixtos

(agricultura y ganadería). Además, existía una actividad acuícola, así como también casi 350 elaboradores, importadores, exportadores y comercializadores de productos ecológicos y una entidad de producción acuícola.

Igualmente, estaban registradas más de 440 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacaban las de vacuno de carne (casi el 50% del total), las de ovino de carne y las de caprino de carne. También había explotaciones dedicadas a la producción de leche de cabra y a la producción de huevos, así como también a la producción de miel.

En el sector industrial había registradas casi 889 industrias ecológicas vinculadas con las producciones vegetales y otras 87 con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas fueron las de manipulación de frutas y hortalizas, seguidas de las de elaboración de bebidas (bodegas principalmente) y las de elaboración de aceites. En el grupo de las empresas ganaderas destacaron las dedicadas a la producción de productos alimenticios de origen animal, las de elaboración y conservación de productos cárnicos y las lácteas. La producción de carne ecológica certificada ronda las 1.460 toneladas, de las que un 50% son de vacuno y un 40% de ovino. Asimismo, se produjeron huevos, quesos, miel, yogures y un volumen importante de leche cruda de cabra y oveja.

CASTILLA Y LEÓN



La superficie de agricultura ecológica se incrementó en 2023 hasta llegar a las 113.805 hectáreas, según datos de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural de Castilla y León.

Los cultivos ecológicos con mayores extensiones en esta región fueron los cereales y leguminosas (31.587 hectáreas), los viñedos (13.165 hectáreas) y los frutos secos (2.519 hectáreas). También contaban con 57.779 hectáreas, entre prados, pastos y dehesas calificados como ecológicos. Había ese año un total de 2.118 operadores dentro del sector, de los que 615 se encontraban en la provincia de Valladolid.

Asimismo, hubo otras 280 actividades ecológicas ganaderas. El grueso de estas actividades ganaderas (163) estaba relacionado con el sector del vacuno de carne, que experimentó un crecimiento considerable durante 2023.

Igualmente, contaban con actividad 53 explotaciones dedicadas a la apicultura; 26 destinadas a la producción de huevos; 29 de ovino de carne; 8 al ovino de leche; 4 al caprino de leche y otras 4 al caprino de carne, entre otras. El censo de colmenas, que era el más alto de España en producción ecológica, ascendía a casi 20.000 unidades.

En cuanto a la industria, en 2023 también se registraron 383 actividades relacionadas con las producciones vegetales y otras 120 con las producciones animales (industria).

Dentro de las primeras, las más numerosas fueron las de elaboración de bebidas (bodegas en su mayor parte), seguidas por las de manipulación de frutas y hortalizas y las de otros productos alimenticios. Entre las ganaderas destacaron las dedicadas a la elaboración y conservación de productos cárnicos; las dedicadas a "otros productos cárnicos" y las del sector lácteo. La producción de carne ecológica certificada en la región supera las 1.663 toneladas, entre vacuno, porcino y aves principalmente. Además de carne, se producen con certificado ecológico huevos, miel y leche de oveja, cabra y vaca.

CATALUÑA

En Cataluña había en 2023 un total de 283.891 hectáreas de agricultura ecológica, de las que un 82 % estaban calificadas y el resto en conversión. Con respecto al año anterior, la superficie fue superior en unas 11.000 hectáreas, según los datos del Consejo Catalán de la Producción Agraria Ecológica. Casi la mitad de esta superficie estaba en la provincia de Lleida.



Por su superficie, destacaron los cultivos de viñedos (32.353 hectáreas), el olivar (10.200 ha.), los cereales y las leguminosas (8.929 ha.), los frutos secos (4.485 ha.), los frutales (1.657 hectáreas) y las hortalizas (809 hectáreas).

También contaban con 188.064 hectáreas de prados, pastos y dehesas, así como también 30.288 hectáreas de bosques.

En el año 2023 había registrados un total de 5.333 operadores, frente a los 5.075 del año anterior. La mayor parte de esos operadores eran productores, aunque también había elaboradores, importadores, exportadores y comercializadores. Tarragona y Barcelona eran las provincias que contaban con mayor número de productores.

Las explotaciones ganaderas ecológicas en el año 2023 crecieron hasta llegar a 1.135 (37 más que un año antes). Del número total de explotaciones, 624 eran de vacuno de carne; 109 de ovino de carne; 128 de equino; 70 de caprino de carne; 65 de aves para puesta; 51 de aves para carne; 24 de caprino de leche; 18 de porcino; 17 de vacuno de leche; 20 de apicultura; 8 de ovino de leche y 1 de helicultura.

En 2023, las industrias ecológicas eran 2.866, unas 95 más que un año antes. La mayor parte de estas industrias (60%) estaban en Barcelona. De esta cifra, 643 eran empresas comercializadoras y/o distribuidoras, mientras que 398 eran bodegas elaboradoras o embotelladoras de vino y/o cava. También destacaban las 110 empresa dedicadas a la producción y transformación de productos hortícolas y dentro del sector ganadero, las 52 empresas dedicadas a la producción de carne ecológica.

La producción de carne ecológica certificada se acerca anualmente a las 1.350 toneladas, la mayor parte de vacuno, aunque también se produce carne de porcino, ovino, caprino, aves y equino. Igualmente, hay una importante producción de leche cruda de vaca, así como también de huevos ecológicos y miel.

COMUNIDAD VALENCIANA

En la Comunidad Valenciana había registradas al acabar 2023 un total de 139.353 hectáreas de agricultura ecológica certificadas, un 9,2% más que en el año anterior según los datos del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad Valenciana. La provincia con mayor superficie certificada es Castellón, con el 24% del total. Asimismo, el 58% de estas tierras eran seco y el resto regadío. Esta superficie representaba el 15% de la superficie agraria utilizada en la región.

Los principales cultivos por extensión son los viñedos (unas 17.400 hectáreas), los frutos secos (17.300 hectáreas, la mayoría de almendros), el olivar y los cereales.

Había ese año 4.468 operadores registrados, una cifra muy superior a la del año anterior (casi 5% más). Valencia era la provincia con mayor número de operadores.

La Comunidad Valenciana contaba en 2023 con 12.286 alimentos certificados, que generaron un volumen de



facturación de 735,6 millones de euros. De esa cifra, 3.848 eran productos de origen vegetal; 277 de origen animal, 7.388 eran productos transformados, entre otras muchas producciones como por ejemplo la sal marina, el aceite, las algas o los piensos.

Asimismo, registraron actividad 1.899 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales (muy por encima de la cifra del año 2022) y 211 a producciones animales, 21 más que un año antes. Entre las primeras, las más numerosas fueron las dedicadas a la manipulación y conservación de frutas y hortalizas (47% del total); las de otros productos vegetales (30%), las de elaboración de bebidas (6%, bodegas principalmente); las de panificación y molinería (9%) y las de aceite (5%). Dentro del segundo grupo de industrias (las del sector ganadero), el 59% estaban dedicadas a la elaboración y conservación de productos cárnicos y el 39% a otros productos. La facturación estimada de todas estas producciones fue de 735,6 millones de euros, un 1,6% más que en el año anterior.

Según datos del Comité de Agricultura ecológica regional, la agricultura ecológica está presente en el 89% de los municipios. El 30% de las productoras ecológicas certificadas son mujeres.

EXTREMADURA

En Extremadura había en 2023 un total de 141.989 hectáreas certificadas en agricultura ecológica, lo que situó a la región como la quinta Comunidad Autónoma a nivel estatal con mayor superficie. De esa superficie, casi 97.000 hectáreas estaban ya calificadas y el resto estaban en proceso o en su primer año de prácticas, según datos del Gobierno regional



Dentro de los cultivos destacaron el olivar (33.908 hectáreas en 2023), los cereales (5.767 ha.), los viñedos (2.741 ha.), los frutos secos (3.036 ha.), los frutales (1.202 ha.) y las frutas subtropicales (1.166 ha.). Además, la región tenía 47.628 hectáreas ecológicas de dehesas (más del 50% del total nacional), así como también tierras de pastos y praderas permanentes.

En ese año había inscritos 3.594 operadores, el 91% dedicados al sector primario y el 9% al sector secundario, según datos del Gobierno regional. De la cifra total de

operadores, 2.941 eran productores agrícolas (250 más que un año antes), 131 productores ganaderos; 197 productores mixtos (agricultura y ganadería), 206 elaboradores; 11 exportadores; 5 importadores; 100 comercializadores y 3 llamados “otros productores”.

En los registros de ese año estaban inscritas 813 explotaciones ganaderas ecológicas, entre las que destacaban 562 de vacuno de carne, 175 de ovino de carne, 19 de équidos, 33 de caprino de carne y 9 de porcino. No obstante, el mayor censo de ganado en ecológico era el de ovino, con 83.684 cabezas.

Las industrias ecológicas extremeñas vinculadas a las producciones vegetales fueron 219 y las relacionadas con las producciones animales, 39. Entre las primeras sobresalían las dedicadas a la manipulación de frutas y hortalizas (91), las de elaboración de aceites (59), las de otras producciones (30) y las dedicadas a la elaboración de bebidas (22, la mayoría bodegas). Entre las segundas (ganaderas) había 25 de elaboración y conservación de carne y productos cárnicos; 7 de elaboración de otros productos de origen animal y 5 lácteas.

La producción de carne ecológica certificada está cerca de las 3.300 toneladas, la mayor parte de vacuno, aunque también hay producción de carne de porcino, ovino, caprino y aves. Asimismo, se contabilizó una producción pequeña de leche cruda de vaca, así como también de huevos y miel.

GALICIA



En Galicia estaban registradas en 2023 un total de 46.967 hectáreas en agricultura ecológica, de las que un 65 % eran ya tierras calificadas y el resto estaba en proceso de conversión, según datos del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica. Además, los prados y pastos ecológicos sumaron cerca de 37.100 hectáreas.

Las plantas cosechadas en verde para la alimentación animal es el principal cultivo arable y ocupa una superficie de casi 1.400 hectáreas. Por su lado, entre los cultivos permanentes destacan por su superficie los frutos secos (unas 2.420 hectáreas, muchas de ellas de castaños) y los llamados “otros cultivos permanentes”.

Ese año se encontraban activos y registrados 1552 operadores, un 3% más que en el año anterior. De esta

cantidad, 478 operadores estaban registrados en la provincia de Lugo. Dentro de los operadores había más productores ganaderos que agrícolas. Además, había unas 160 entidades de producción acuícola (92% del total nacional), así como también cerca de 240 elaboradores, 15 importadores, 5 exportadores y casi 100 comercializadores de productos ecológicos.

Los productos de origen animal son los más representativos en esta región, ya que representan el 52% del total, con la leche como principal producto.

Las explotaciones ganaderas ecológicas casi llegan a 600, de las que la mitad estaban dedicadas al vacuno de carne y unas 122 al vacuno de leche. También había explotaciones apícolas, de aves para la producción de huevos, de ovino de carne y de carne de pollo.

En 2023, estaban activas cerca de 189 industrias ecológicas vinculadas a producciones vegetales, entre las que sobresalían las de manipulación y conserva de frutas y hortalizas; las de panadería-bollería y las de bebidas (vinos y licores). Había también cerca de 132 industrias ecológicas vinculadas a producciones animales. Dentro de este grupo de empresas, las más numerosas eran las de pescados, crustáceos y moluscos, seguidas de las de elaboración de productos cárnicos y las lácteas. Las producciones acuícolas ecológicas fueron en 2023 muy importantes para Galicia. Según los datos del Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica, la facturación del sector ecológico de Galicia generó un valor de 113,3 millones de euros, un 0,4% más que en el año anterior. De esta cifra, unos 59,5 millones fueron la aportación del sector ganadero; 32,2 millones la del sector vegetal y 19,5 millones la del sector de la acuicultura y las algas.

LA RIOJA

La superficie riojana de agricultura ecológica llegaba en 2023 a las 8.371,3 hectáreas, de las que el 45% estaban calificadas, según los datos del Gobierno regional. Los principales cultivos ecológicos son los viñedos (2.577 hectáreas en 2023), los frutos secos (1.530 hectáreas, especialmente almendros) y el olivar (790 hectáreas). En esta región también había una pequeña superficie dedicada a la producción de setas ecológicas.

Ese año se encontraban censados 335 productores agrícolas ecológicos, a los que habría que añadir algu-



nos más que también se dedican a la importación o a la elaboración de productos. Asimismo, también había 2 productores ganaderos y 6 mixtos (agricultura y ganadería). Había también 78 elaboradores registrados, cifra muy inferior a la que había un año antes.

En La Rioja estaban inscritas al acabar el año 142 industrias ecológicas relacionadas con las producciones vegetales (5 más que un año antes) y otras 18 con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas fueron las de elaboración de bebidas (70, principalmente bodegas), las de manipulación y conservación de frutas y hortalizas y las de elaboración de aceites (11).

Dentro de las industrias ganaderas había un total de 10 dedicadas a la elaboración y conservación de carnes y productos cárnicos; 8 a la elaboración de otros productos de origen animal y 3 a la producción de miel. Hubo ese año también una pequeña producción acuícola certificada como ecológica (truchas arco iris).

COMUNIDAD DE MADRID



La superficie madrileña en agricultura ecológica llegaba en 2023 a 12.340,8 hectáreas, de las que el 84% se encontraban totalmente calificadas y el resto en proceso de conversión, de acuerdo con los datos del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad de Madrid.

Los principales cultivos ecológicos en Madrid son el olivar (más de 4.463 hectáreas censadas), los cereales y las leguminosas (703,9 toneladas), los viñedos (509) y las legumbres secas.

Los productores ecológicos con actividad eran 316, la mayor parte de ellos dedicados a la agricultura. Además también estaban registrados 134 elaboradores (3 más que un año antes), 47 importadores y 55 comercializadores de productos ecológicos (también muy por encima de la cifra del año anterior).

El número de explotaciones inscritas al acabar el año era 316, siete más que en el año anterior, según las mismas fuentes.

Al acabar 2023 se encontraban dadas de alta 21 explotaciones ganaderas ecológicas, de las que 9 eran de vacuno de carne; 8 se dedicaban a la apicultura; una al

ovino de carne; una al caprino de leche; una al caprino de carne y una más a las gallinas ponedoras.

Las industrias ecológicas que había en Madrid eran 203, cifra muy superior a la del año anterior. Entre las industrias vegetales destacaron 14 bodegas, 8 almazaras, 27 dedicadas a la manipulación de productos hortofrutícolas y 12 dedicadas a las conservas. Dentro de las industrias ganaderas, había 12 dedicadas a la elaboración de carne; 4 al sector lácteo y una a la comercialización de huevos. El valor económico de la producción certificada de estas empresas se estimó en 45,5 millones de euros, correspondientes a una producción de 13.330 toneladas. El número de referencias certificadas ese año fue de 3.235, según datos del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad de Madrid.

REGIÓN DE MURCIA

En la Región de Murcia había al acabar 2023 más de 117.415 hectáreas en agricultura ecológica, de las que el 75% estaban ya calificadas y el resto estaba en proceso de calificación. Los principales cultivos ecológicos en esta comunidad son los frutos secos (52.000 hectáreas), los cereales, los viñedos, el olivar, las hortalizas frescas y los cítricos. Con esas cifras, Murcia llegó al 30,7% de su superficie cultivada en ecológico.



Ese año había registrados casi 4.600 productores agrarios con actividad, la mayor parte dedicados a la agricultura. Junto a la cifra de productores había también elaboradores (cerca de 370), importadores y comercializadores de productos ecológicos.

Igualmente, la Región de Murcia contaba más de una decena de actividades ganaderas ecológicas, entre las que destacaban las colmenas y las granjas de caprino para leche.

Las industrias ecológicas murcianas relacionadas con las producciones vegetales superaron las 466, a las que se sumaron otras 15 vinculadas con las producciones animales. Entre las primeras, las más numerosas fueron las de manipulación de frutas y hortalizas (80% del total); las de elaboración de "otros productos alimenticios"; las de elaboración de bebidas (principalmente bodegas) y las de aceites. Dentro de las industrias ganaderas, las principales fueron las dedicadas a

la elaboración de productos alimenticios de origen animal y las de productos lácteos. Finalmente, se produjeron más de 850 toneladas de leche cruda de cabra; 250 toneladas de leche para consumo directo; cerca de 145 toneladas de quesos; unas 200 toneladas de yogures y algo más de 3 toneladas de miel.

NAVARRA



La superficie navarra en agricultura ecológica era en 2023 muy cercana a las 70.351 hectáreas, de las que el 88% estaban ya calificadas y el resto en el proceso de certificación.

Por cultivos, destacaron los cereales, las plantas cosechadas en verde para la alimentación animal, los viñedos, el olivar y las hortalizas frescas. La región contaba también con casi 49.500 hectáreas de prados, praderas y pastizales.

Ese año había registrados un total de 806 operadores dentro del sector ecológico (productores, comercializadores, importadores, etc.). En concreto, estaban registrados 548 agricultores, 76 ganaderos, 48 almacenistas y 10 importadores, entre otros.

Las explotaciones ganaderas ecológicas registradas ese año rondaron las 175, entre las que destacaron las de vacuno y equino. La cabaña vacuna de producción ecológica ascendió a 2.088 cabezas, mientras que la de caballos llegó a 1.750 cabezas censadas. Igualmente, había registradas 3.416 ovejas, 960 cabras, 37.920 gallinas y 1.654 colmenas.

Las industrias ecológicas navarras ascendían al acabar 2023 a 176, de las que el grueso eran empresas relacionadas con las producciones vegetales. Dentro de ese grupo, el mayor número eran empresas dedicadas a la manipulación y conservación de frutas y hortalizas, pero también había numerosas empresas dedicadas a la elaboración de bebidas (bodegas en su mayoría) y a la panadería y a las industrias harineras. En el grupo de industrias ganaderas estaban las de elaboración de productos cárnicos; las de otros productos de origen animal y las de productos lácteos.

Asimismo, la producción de carne ecológica certificada en 2023 aumentó hasta 246,4 toneladas (vacuno, pollo y equino principalmente). Igualmente, se produjeron cantidades importantes de leche cruda de oveja, quesos, yogur, huevos y miel.

PAÍS VASCO



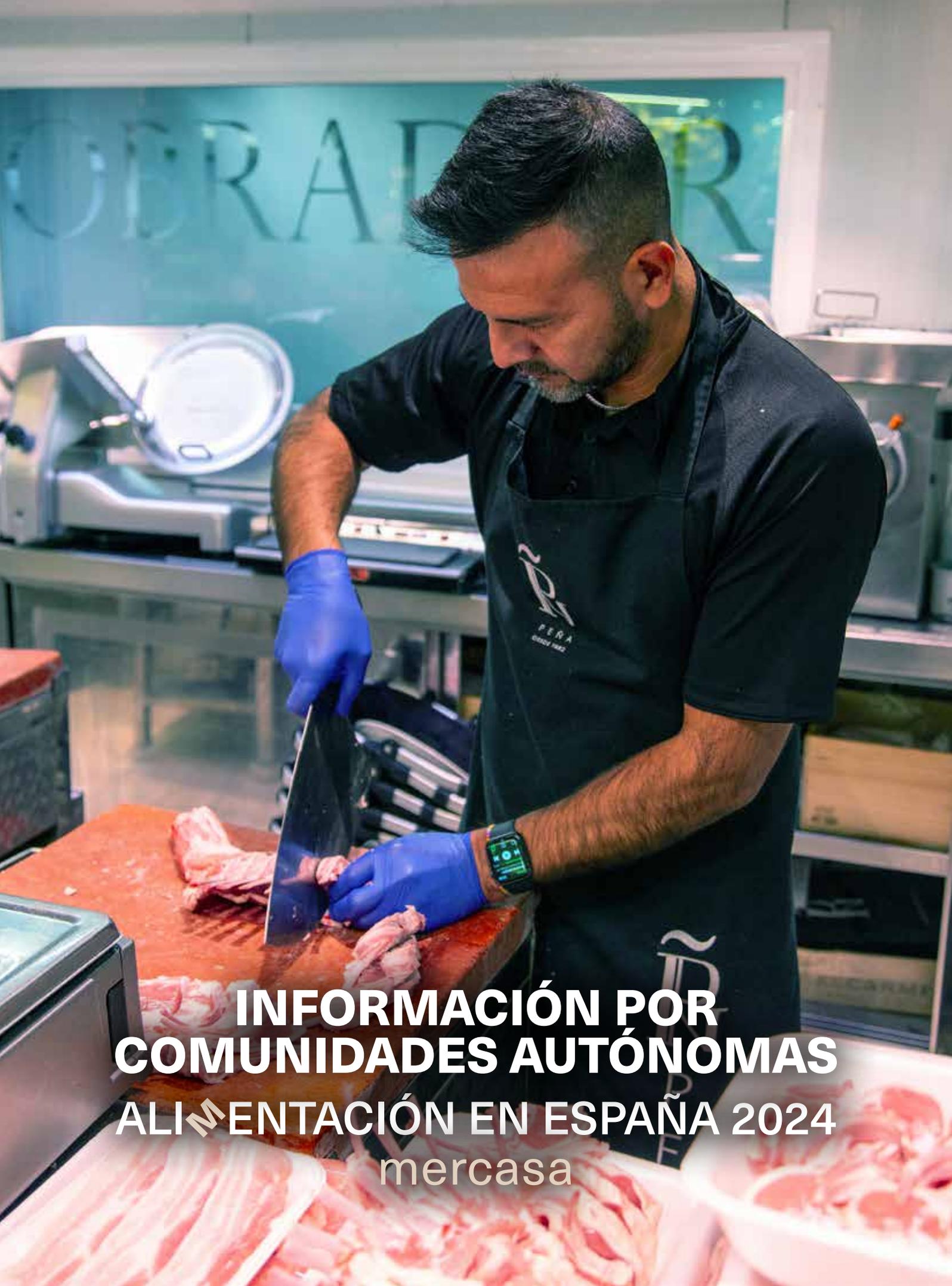
En el País Vasco estaban registradas en 2023 un total de 10.772 hectáreas en agricultura ecológica, según los datos del Consejo de Agricultura y Alimentación Ecológica de Euskadi.

La superficie destinada a pastos ocupó ese año 8.215 hectárea, aunque los principales cultivos ecológicos vascos

fueron los viñedos (más de 1.410 hectáreas), los frutales (431 hectáreas), las hortalizas (157 hectáreas), los cereales y las plantas para la alimentación animal. Se encontraban en actividad al acabar ese año 740 operadores, de las que 479 eran del sector vegetal. También había registradas empresas importadoras y comercializadoras de alimentos ecológicos.

Las explotaciones ganaderas ecológicas registradas al acabar 2023 eran 194 (33 más que un año antes), entre las que destacaban las de vacuno de carne (con un censo de 3.822 cabezas); las de ovino de carne (4.211 cabezas); las de caprino (227 animales), las de aves de puesta (33.309 gallinas) y las equinas (853 cabezas). En esas explotaciones ganaderas se produjeron 1.462 toneladas de leche; unas 22,3 toneladas de miel; 134,3 toneladas de carne y 7,2 millones de huevos, según los datos del Consejo de Agricultura y Alimentación Ecológica de Euskadi.

En cuanto a las actividades industriales, había registradas 198 empresas dentro de sector vegetal y 56 dentro del animal. Entre las primeras destacaron las 55 bodegas ecológicas, las 44 empresa de conservas vegetales y las 30 panificadoras. Por su lado, en grupo de empresa ganaderas sobresalieron las dedicadas a la producción de leche y quesos. ■



**INFORMACIÓN POR
COMUNIDADES AUTÓNOMAS**
ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2024
mercasa

ANDALUCÍA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Agraria Final (PFA) de Andalucía alcanzó un valor de 15.950 millones de euros en 2023, según los datos de la Junta de Andalucía, un 1% más que en el año anterior. A ese valor contribuyeron la Producción Final Vegetal (PFV) con 12.904 millones de euros (un 1,3% menos) y la Producción Final Animal con 2.718 millones de euros, un 13,4% más (valores corrientes a precios básicos).

Por su parte, el valor de la Renta Agraria de Andalucía en 2023 fue de 11.199 millones de euros, un 3,3% más que en el año anterior, hasta llegar a los 11.199 millones de euros.

Dentro de la producción vegetal, las hortalizas son las que más aportan y con mucha diferencia a la renta agraria regional. En 2023 se produjo un aumento de ese valor del 9,6% respecto al año anterior (se llegó a casi 5.939 millones de euros). En este dato están incluidas también las aportaciones del sector de las flores y de las plantas.

El segundo sector en importancia económica es el de las frutas, en el que también se incluyen las aportaciones de la aceituna de mesa, que son importantes (1.521,4 millones de euros, un 36,3% más que en 2022). En 2023 alcanzó un valor total (aceituna incluida) de 3.883 millones de euros, un 12,4% más que en el año anterior. La gran aportación a este subgrupo procede de las frutas frescas, aunque también son importantes los cítricos.

En cuanto al sector del aceite de oliva, que en realidad es más importante que el de las frutas, para calcular la renta de 2023 se utilizaron los datos de la campaña oleícola 2022/23 y por eso se registró una caída del valor generado por este subsector del 25,2% (aportó 2.139 millones de euros a la renta).

Andalucía lidera la producción de aceite a nivel mundial y en la campaña 2022/23 redujo su producción hasta 510.720 toneladas. Asimismo, en la campaña 2023/24 los resultados fueron mejores para el aceite, pero estos datos no están contemplados en la renta agraria 2023.

A efectos de calcular la renta agraria también se redujo el valor generado por el sector del vino (un

4,4% hasta los 38,98 millones de euros). La producción regional de vino, que en buena medida está amparada por marcas de calidad diferenciada, superó los 619.190 hectolitros. Del mismo modo, también disminuyó el valor generado por el subsector de la patata (0,5%, hasta los 112,9 millones).

Andalucía es la primera región productora de trigo duro de España y entre las hortalizas destacan las cosechas de pimiento, pepino, calabacín, sandía o fresa.

Respecto a la producción ganadera, Andalucía cuenta con importantes producciones en todas las cabañas, siendo líder a nivel nacional en el caso de la producción de carne de pollo, carne de cabra y leche de cabra.

En cuanto al comercio exterior, en 2023 Andalucía fue la segunda comunidad exportadora de productos agroalimentarios. El valor de las exportaciones agroalimentarias andaluzas superó los 13.914 millones de euros, un 2,8% menos que en el año anterior. Las exportaciones agroalimentarias de Andalucía representaron el 20% del total nacional.

PESCA EN ANDALUCÍA

La flota pesquera de Andalucía en 2023 estaba compuesta por 1.413 embarcaciones, el 16,5% del total nacional, con un arqueo de 29.470 GT (9,37% del total español), una potencia de 101.932 KW (13,54% del total). La antigüedad media de todos estos buques era de 31 años y la eslora promedio de 12,1 metros.

En Andalucía hay 38 puertos pesqueros y 25 lonjas activas (hay una más que no tiene actividad). En 2023 había también 16 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional.

La pesca en fresco comercializada en las lonjas andaluzas llegó en 2023 hasta cerca de 49,4 millones de kilos de mariscos y pescados, por un valor de 181 millones de euros. La partida más importante fue la de peces, seguida por la de moluscos y crustáceos.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2022	2023
ACEITE DE OLIVA	510,72	576,6
ACEITUNA DE MESA	359,2	290,9
AGUACATE	78,4	54,1
AJOS	58,1	37
ALMENDRAS CÁSCARA	102,9	103,5
ARROZ CÁSCARA	243,2	227,9
BERENJENAS	243,2	227,9
BRÓCOLI	52	48,2
CALABACÍN	512,9	457,8
CEBADA	155,1	102,0
CEBOLLAS	148,1	116,1
CIRUELAS	17,2	16,7
COLIFLOR	39,1	41,1
ESPÁRRAGO	44,3	29,4
FRAMBUESA	44,9	31,9
FRESAS-FRESONES	314,6	316,4
GARBANZOS	19	26,5
GIRASOL	303,7	204,4
JUDÍAS VERDES	27,4	26,2
LECHUGAS	315,5	257,5
LIMONES	86,6	103
MAÍZ	49,7	47,2
MANDARINAS-CLEMENTINAS	451,7	509,5
MELOCOTONES	32,8	27
MELONES	135,7	149,7
NARANJAS	1.311	1.179,3
NECTARINA	29	26,5
PATATAS	298,1	254,73
PEPINOS	702,8	680,1
PIMIENTOS	1.123,7	982,2
POMELO	28,5	26,9
REMOLACHA AZUCARERA	531,2	375
SANDÍAS	685,6	704
TOMATES	1.306	1.295,5
TRIGO	735,5	460,90
TRITICALE	124,6	82
UVAS DE MESA	8,5	9,6
VINOS (miles de hl.)	659,3	619,19
ZANAHORIAS	158,9	94,3
CARNE DE PORCINO	281,8	284,3
CARNE DE VACUNO	28,46	25,33
CARNE DE OVINO	6,7	7,5
CARNE DE CAPRINO	4,5	3,92
CARNE DE AVES	383,3	408,77
LECHE DE CABRA	203,18	196,8
LECHE DE OVEJA	11,49	11
LECHE DE VACA	552,7	549,7
HUEVOS (Millones de docenas)	44,7	45,6

FUENTE: MAPA

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ANDALUCÍA (Millones de Euros)		
Subsectores	ANDALUCÍA	% ANDALUCÍA/ ESPAÑA
	Cifra de Negocio	Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	18.362	11,90
Industria cárnica	2.593	8,10
Industria de Pescado	511	7,10
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	1.633	14,20
Aceites y Grasas	7.110	59,20
Productos Lácteos	599	5,80
Molinería y almidones	836	19,20
Panadería y pastas alimenticias	1.158	12,60
Azúcar	150	31,20
Cacao, Chocolate y confitería	107	2,90
Café, Té e infusiones	64	2,40
Especias, salsas y condimentos	197	13,80
Platos y comidas preparadas	65	2,60
Preparados alimenticios homogeneizados	39	3,90
Otros productos alimenticios	199	7
Productos alimentación animal	980	6
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	401	30
Vinos	389	5
Sidra y otras bebidas fermentadas	1	0,5
Cerveza y malta	449	12
Bebidas no alcohólicas	882	17

FUENTE: MAPA. Datos de 2021

ANDALUCÍA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS	
Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	508
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	69
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	311
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	747
Fabricación de productos lácteos	184
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	49
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	2.395
Fabricación de otros productos alimenticios	536
Fabricación de productos para alimentación animal	84
Fabricación de bebidas	419
TOTAL	5.302

FUENTE: INE.

Las producciones acuícolas andaluzas rondaron las 9.950 toneladas (lubinas, trucha y doradas principalmente). En concreto, la producción de lubina fue la mayor de España. Por otro lado, según datos del INE, al inicio de 2023 había en Andalucía un total de 69 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos. ■



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ANDALUCÍA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m²)	Supermercados medianos (400-999 m²)	Supermercados grandes (> 1.000 m²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ANDALUCÍA	100.639	19.911	2.492	992	907	76	7.931
ANDALUCÍA/ESPAÑA (%)	18,8	20,2	19,1	17,3	18,8	14,8	21,7

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Andalucía es la primera comunidad autónoma en cuanto a población –8.628.026 habitantes, un 17,7% sobre el total nacional– y la segunda en superficie, con 87.591 km², un 17,4% del total nacional. Sevilla, Málaga y Cádiz superan el millón de habitantes. En función del gasto medio por persona, los consumidores andaluces cuentan con un poder de compra inferior en cerca de un 9,8% a la media nacional.

En Andalucía hay 100.639 locales comerciales minoristas y, de forma concreta, 19.911 especializados

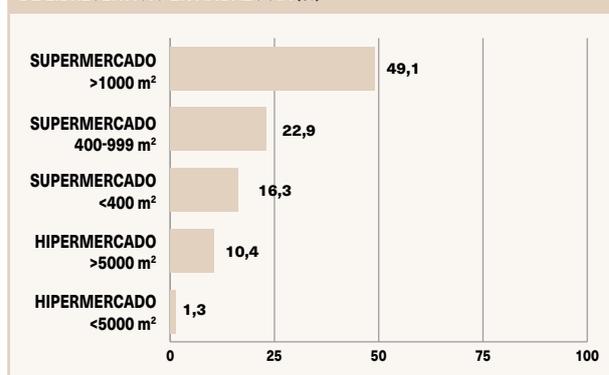
en la venta de alimentación y bebida. Destaca Sevilla que tiene el 22,3% de estos locales; Málaga, el 20,2% y Cádiz, el 14,4%. En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 4.391 supermercados y 76 hipermercados. Estos 4.467 establecimientos ocupan 2.668.086 m² y suponen una densidad comercial de 309,2 m² cada 1.000 habitantes. Andalucía cuenta con 7.931 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.

CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2023, Andalucía registró un gasto per cápita en alimentación de 1.533,7 euros (un -11,4% inferior a la media nacional). Carne (18,8%), pescado (11,6%), frutas frescas (9,0%), derivados lácteos (8,7%), hortalizas frescas (6,3%), pan (4,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,0%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Andalucía cuentan con un gasto superior en cervezas (14,1%), patatas (1,5%), y bebidas refrescantes y gaseosas (9,2%) mientras que, por el contrario, gastan menos en otras partidas como, por ejemplo, vino (-17,2%), hortalizas frescas (-15,7%), carne (-16,1%), frutos secos (-19,2%) o bollería, pastelería, galletas y cereales (-19,5%).

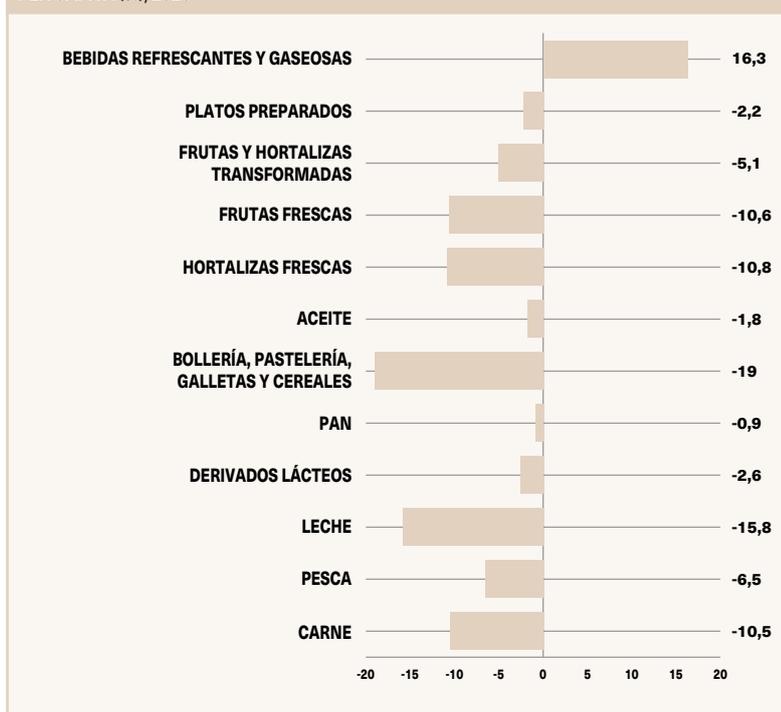
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ANDALUCÍA (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ANDALUCÍA (HOGARES), 2023

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	25,6	1,7	-8,1
CARNE	287,8	18,8	-16,1
PESCA	177,6	11,6	-10,5
LECHE	50,9	3,3	-17,1
DERIVADOS LÁCTEOS	134,0	8,7	-10,2
PAN	68,7	4,5	-4,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	61,2	4,0	-19,5
CHOCOLATES Y CACAOS	25,2	1,6	-12,5
ACEITE	42,4	2,8	-5,3
VINO	19,2	1,3	-17,2
CERVEZAS	35,9	2,3	14,1
ZUMO Y NÉCTAR	08,0	0,5	-7,2
PATATAS	33,7	2,2	1,5
HORTALIZAS FRESCAS	96,9	6,3	-15,7
FRUTAS FRESCAS	138,2	9,0	-13,9
FRUTOS SECOS	22,8	1,5	-19,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	28,9	1,9	-11,8
PLATOS PREPARADOS	82,6	5,4	-5,1
CAFÉS E INFUSIONES	26,7	1,7	-15,8
AGUA MINERAL	11,7	0,8	-11,3
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	44,0	2,9	9,2
OTROS PRODUCTOS	111,9	7,3	-10,2
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.533,7	100,0	-11,4

DESVIACIÓN DE ANDALUCÍA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



En términos medios, durante el año 2023 cada persona en Andalucía consumió 129 huevos, 36,8 kilos de carne, 17,3 kilos de pescado, 53,0 litros de leche, 31,1 kilos de derivados lácteos, 27,1 kilos de pan, 9,8 litros de aceite, 24,4 litros de cerveza, 43,6 kilos de hortalizas frescas, 70,2 kilos de frutas frescas, 16,1 kilos de platos preparados, 58,7 litros de agua embotellada y 41,7 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Andalucía se consume, en términos per cápita, sólo una mayor cantidad de bebidas refrescantes y gaseosas (16,3%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bollería, pastelería, galletas y cereales (-19,0%), leche (-15,8%), frutas frescas (-10,6%), hortalizas frescas (-10,8%) y carne (-10,5%), entre otras partidas. ■

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ANDALUCÍA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
6 litros de gaseosa y bebidas refrescantes	9 huevos
5 litros de cerveza	4 kilos de carne
1 litro de batidos de leche	10 litros de leche
1 kilo de patatas	8 kilos de frutas frescas
	5 kilos de hortalizas frescas
	6 litros de agua mineral
	2 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En hostelería y restauración, Andalucía cuenta con 49.271 locales para actividades de restauración y bares que suponen el porcentaje más elevado en el conjunto del país –un 18,7%–; en su distribución destacan Málaga (25,4% del total regional), Sevilla

(20,9%) y Cádiz (14,7%). Igualmente, en cuanto a número de establecimientos, Andalucía ocupa los primeros puestos a nivel nacional en restaurantes, bares, comedores colectivos y plazas hoteleras. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ANDALUCÍA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ANDALUCÍA	49.271	12.626	32.359	4.286	259.641
ANDALUCÍA/ESPAÑA (%)	18,7	15,6	19,8	22,6	16,9

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

CONDADO DE HUELVA *
 JEREZ-XERÈS-SHERRY *
 MÁLAGA *
 MANZANILLA SANLÚCAR DE BARRAMEDA *
 MONTILLA-MORILES *
 SIERRAS DE MÁLAGA *
 GRANADA *

ACEITUNAS DE MESA

ACEITUNA ALOREÑA DE MÁLAGA *

VINOS DE LA TIERRA

ALTIPLANO DE SIERRA NEVADA *
 BAILÉN *
 CÁDIZ *
 CÓRDOBA *
 CUMBRES DE GUADALFEO *
 DESIERTO DE ALMERÍA *
 LAUJAR-ALPUJARRA *
 LOS PALACIOS *
 NORTE DE ALMERÍA *
 RIBERA DEL ANDARAX *
 SIERRAS DE LAS ESTANCIAS
 Y LOS FILABRES *
 SIERRA NORTE DE SEVILLA *
 SIERRA SUR DE JAÉN *
 TORREPEROGIL *
 VILLAVICIOSA DE CÓRDOBA *

VINOS DE CALIDAD

LEBRIJA *

DENOMINACIONES DE ORIGEN
PROTEGIDAS

ACEITES

ANTEQUERA *
 BAENA *
 ESTEPA *
 LUCENA ****
 MONTES DE GRANADA *
 MONTORO-ADAMUZ *
 PONIENTE DE GRANADA *
 PRIEGO DE CÓRDOBA *
 SIERRA DE CÁDIZ *
 SIERRA DE CAZORLA *
 SIERRA DE SEGURA *
 SIERRA MÁGINA *

CARNES

CARNE DE ÁVILA **/
 CORDERO SEGUREÑO **/

VINAGRES

VINAGRE CONDADO DE HUELVA *
 VINAGRE DE JEREZ *
 VINAGRE MONTILLA-MORILES *

JAMONES

JABUGO **/
 LOS PEDROCHES *
 GUIJUELO **/

FRUTAS

CHIRIMOYA DE LA COSTA TROPICAL DE GRANADA-
 MÁLAGA *

FRUTOS SECOS

PASAS DE MÁLAGA *

MIEL

MIEL DE GRANADA *
 MIEL DE MÁLAGA ****

INDICACIONES GEOGRÁFICAS
PROTEGIDAS

ACEITE DE JAÉN *
 GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES *
 ALFAJOR DE MEDINA SIDONIA *
 MANTECADOS DE ESTEPA *
 POLVORONES DE LA ESTEPA *
 PAN DE ALFACAR *
 ESPÁRRAGO DE HUÉTOR TÁJAR *
 TOMATE LA CAÑADA *
 ACEITUNA GORDAL DESHUESADA *
 JAMÓN DE TREVÉLEZ *
 JAMÓN DE SERÓN *
 VINO NARANJA DEL CONDADO DE HUELVA *
 GARBANZO DE ESCACENA *
 CABALLA DE ANDALUCÍA *
 MELVA DE ANDALUCÍA *
 MOJAMA DE BARBATE *
 MOJAMA DE ISLACRISTINA *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS
CON DENOMINACIÓN ESPECÍFICA

ANÍS DE CAZALLA *
 ANÍS DE RUTE *
 ANÍS DE OJÉN *
 RON DE MÁLAGA *
 RON DE GRANADA *

ESPECIALIDADES TRADICIONALES
GARANTIZADAS

TORTAS DE ACEITE DE CASTILLEJA DE LA CUESTA *

AGRICULTURA ECOLÓGICA

ALIMENTOS ECOLÓGICOS DE ANDALUCÍA *

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CC AA / **** Protección Nacional Transitoria / Inscrita en el Registro de la UE

ARAGÓN



AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor estimado de la Producción Final Agraria (PFA) de Aragón en 2023 fue de 6.246 millones de euros. De esa cantidad, 4.140 millones de euros correspondieron a la Producción Final Ganadera (PFG), cuyo valor se incrementó. Asimismo, la Producción Final Vegetal (PFV) alcanzó un valor de 1.937 millones de euros y la prestación de servicios y trabajos sumó 163,8 millones de euros más a la PFA. Con estas cifras, descontadas los gastos, amortizaciones e impuestos, la renta agraria regional quedó en 2.235 millones de euros, expresados en valores corrientes.

Aproximadamente el 65% de la PFA de la región procedió del sector ganadero, en el que destacan el porcino (aportó más del 66% del valor total del subsector ganadero) y el vacuno de carne. Asimismo, entre las producciones agrícolas más destacadas están los cereales, las frutas y los forrajes.

Aragón tenía en 2023 la mayor cabaña de porcino de España (el 31,6% del total) y produjo (peso de los animales sacrificados en mataderos) más de un millón de toneladas (un 4% más que en 2022). También aumentó su producción de carne de pollo un 27% con respecto al año anterior. Aragón cuenta también

con un importante censo de gallinas ponedoras, cuya producción aumentó un 3% en 2023, hasta llegar a 202,2 millones de docenas.

Finalmente, la producción de leche de vaca quedó en 172.300 toneladas, un 2% menos que en 2022. Igualmente, cuenta con producciones de leche de oveja y cabra, que también fueron menores que las del año anterior, por segundo año consecutivo.

En cuanto a la agricultura, en 2023 todas las producciones cerealistas tuvieron un mal comportamiento, desde el trigo al maíz, pasando por la cebada o el arroz (en el año anterior también fueron malas las cosechas).

En el grupo de las frutas predominaron los aumentos, tanto para las de pepita como para las de hueso. La mayor cosecha fue la de melocotones, que casi duplicó la producción del año anterior.

Aragón está entre las tres primeras comunidades en producción de fruta. En 2023 produjo el 60% de toda la pera; el 31% de la manzana; el 27% del melocotón; y el 29,2% de la nectarina, entre otras producciones.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2022	2023
ACEITE DE OLIVA	6	17,9
ALBARICOQUES	15,5	37,6
ALFALFA	2.957,4	3.114,7
ALMENDRAS CÁSCARA	30,2	51,8
ARROZ CÁSCARA	17,90	11,7
AVENA	41,6	32,3
CEBADA	1.211,4	798,6
CEBOLLAS	95,4	88,4
CEREZAS	48,0	66,5
GIRASOL	44,5	31,36
GUISANTES VERDES	46,2	59,3
MAÍZ	959,6	648,8
MANZANAS MESA	66,6	73,3
MELOCOTONES	117,1	222,67
NECTARINA	85	163,7
PATATAS	12,7	14,3
PERAS	43,7	45,8
TOMATES	42,5	37,6
TRIGO	692,5	517,4
TRITICALE	106,1	76,6
VINOS (miles de hl.)	1.098,8	787
CARNE DE CONEJO	1,3	1,3
CARNE DE PORCINO	978,7	1.016,6
CARNE DE OVINO	12,4	11,3
CARNE DE VACUNO	42,5	39,0
CARNE DE AVES	1,1	1,4
CARNE DE EQUINO	2,3	1,3
LECHE DE VACA	176,3	172,3
LECHE DE OVEJA	3,53	3,13
LECHE DE CABRA	0,75	0,87
HUEVOS (Millones de docenas)	197	202,2

La vendimia se saldó con peores resultados que en el año anterior. En total se produjeron 787.000 hectolitros de vino, un 28% menos. De esta producción, prácticamente el 85% está amparada por las denominaciones de origen y otras marcas de calidad.

Respecto al comercio exterior agroalimentario, en 2023 se batió de nuevo un récord de ventas de la industria regional, con una facturación que superó los 3.685 millones de euros, un 20,6% más que en el año anterior. Las ventas exteriores de Aragón representaron el 5,3% del comercio agroalimentario nacional, un porcentaje superior al del año anterior. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ARAGÓN (Millones de Euros)		
Subsectores	ARAGÓN	% ARAGÓN/ ESPAÑA
	Cifra de Negocio	Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	7.732	5,7
Industria cárnica	2.868	9,0
Industria de Pescado	409	5,7
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	249	2,2
Aceites y Grasas	40	0,3
Productos Lácteos	69	0,7
Molinería y almidones	450	10,3
Panadería y pastas alimenticias	392	4,3
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	53	1,4
Café, Té e infusiones	14	0,5
Especias, salsas y condimentos	S/D	S/D
Platos y comidas preparadas	S/D	S/D
Preparados alimenticios homogeneizados	21	2,1
Otros productos alimenticios	87	2,9
Productos alimentación animal	2.536	15,0
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	51	3,8
Vinos	289	3,9
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	S/D	S/D
Bebidas no alcohólicas	48	0,9

FUENTE: MAPA. Datos de 2021

ARAGÓN. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS	
Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	131
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	5
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	59
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	73
Fabricación de productos lácteos	41
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	21
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	338
Fabricación de otros productos alimenticios	82
Fabricación de productos para alimentación animal	67
Fabricación de bebidas	156
TOTAL	973

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Aragón cuenta con 1.349.372 habitantes y 47.703 km² de extensión, un 2,8% de la población y cerca del 9,5% del territorio sobre el total nacional. Zaragoza concentra cerca del 73% de los habitantes de la región. El poder de compra de los aragoneses, en función del gasto medio por persona, es un 4,4% superior a la media nacional.

En esta comunidad autónoma hay 2.764 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimenta-

ción. Zaragoza tiene un 68,4% de los locales; Huesca, un 19,0%; y Teruel, un 12,6%. En el conjunto de la comunidad hay instalados 16 hipermercados –un 3,1% del total nacional– mientras que los supermercados suman 738, un 3,1% sobre el total nacional. Los establecimientos de librespervicio ocupan 396.814 m² y la densidad comercial alcanza los 294,1 m² cada 1.000 habitantes, inferior a la media nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ARAGÓN

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ARAGÓN	12.898	2.764	464	176	98	16	517
ARAGÓN/ESPAÑA (%)	2,5	2,8	3,6	3,1	2,0	3,1	1,4

CONSUMO ALIMENTARIO

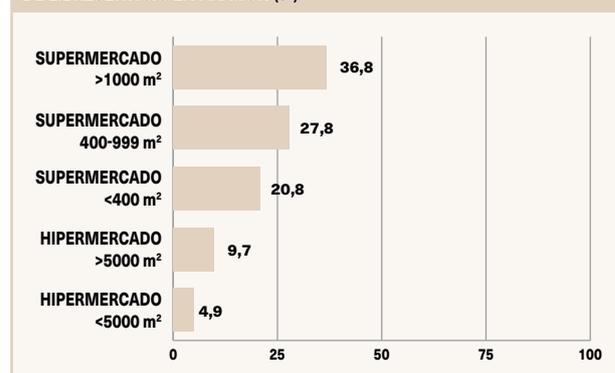
Durante el año 2023, Aragón registró un gasto per cápita en alimentación de 1.739,2 euros (un 0,5% superior a la media nacional). Carne (21,7%), pescado (11,3%), frutas frescas (9,2%), hortalizas frescas (7,8%), derivados lácteos (7,7%), platos preparados (5,1%), pan (3,7%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,4%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Aragón cuentan con un gasto superior en hortalizas frescas (17,5%), carne (10,0%), leche (3,3%), platos preparados (1,9%), frutos secos (12,9%) o chocolates y cacao (8,3%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-21,3%), zumo y néctar (-14,5%), derivados lácteos (-9,8%), cervezas (-24,1%), patatas (-10,0%), o vino (-16,4%).

En términos medios, durante el año 2023 cada persona en Aragón consumió 143 huevos, 44,7 kilos de carne, 18,5 kilos de pescado, 65,9 litros de leche, 28,8 kilos de derivados lácteos, 24,0 kilos de pan, 9,7 litros de aceite, 14,6 litros de cerveza, 57,4 kilos de hortalizas frescas, 78,7 kilos de frutas frescas, 16,6 kilos de platos preparados, 52,5 litros de agua embotellada y 30,3 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Aragón se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de hortalizas frescas (17,3%), carne (8,8%),

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ARAGÓN (%)

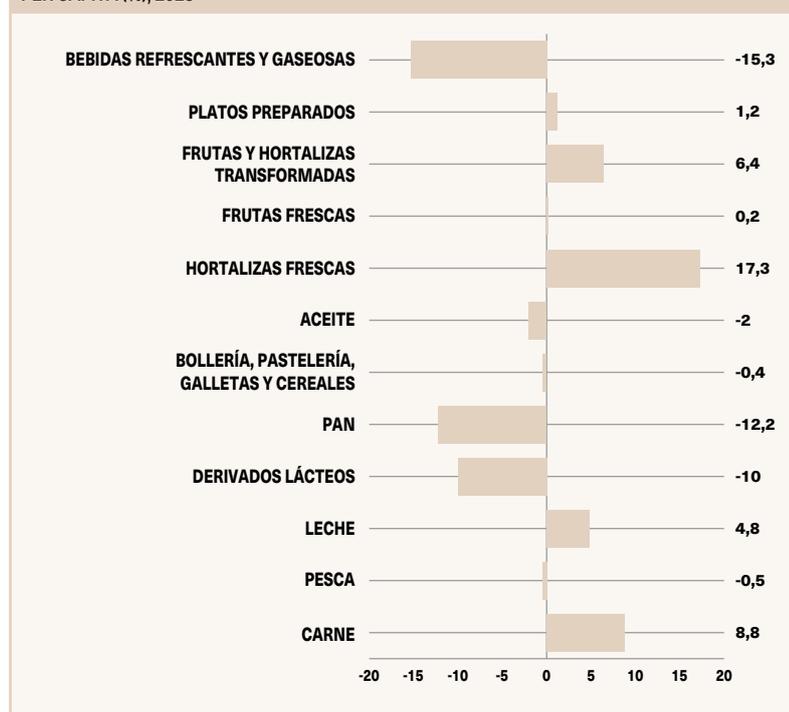


leche (4,8%), frutas y hortalizas transformadas (6,4%) y platos preparados (1,2%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-15,3%), pan (-12,2%) y derivados lácteos (-10,0%).

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ARAGÓN (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	26,3	1,5	-5,7
CARNE	377,3	21,7	10,0
PESCA	197,1	11,3	-0,7
LECHE	63,4	3,6	3,3
DERIVADOS LÁCTEOS	134,6	7,7	-9,8
PAN	64,9	3,7	-9,8
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	76,0	4,4	0,1
CHOCOLATES Y CACAOS	31,2	1,8	8,3
ACEITE	41,1	2,4	-8,1
VINO	19,4	1,1	-16,4
CERVEZAS	23,9	1,4	-24,1
ZUMO Y NÉCTAR	07,3	0,4	-14,5
PATATAS	29,9	1,7	-10,0
HORTALIZAS FRESCAS	135,0	7,8	17,5
FRUTAS FRESCAS	159,6	9,2	-0,6
FRUTOS SECOS	31,9	1,8	12,9
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	34,4	2,0	4,9
PLATOS PREPARADOS	88,7	5,1	1,9
CAFÉS E INFUSIONES	30,7	1,8	-3,0
AGUA MINERAL	10,4	0,6	-21,3
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	38,8	2,2	-3,8
OTROS PRODUCTOS	117,3	6,7	-5,8
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.739,2	100,0	0,5

DESVIACIÓN DE ARAGÓN CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



Aragón

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ARAGÓN EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
5 unidades de huevos	6 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
8 kilos de hortalizas frescas	12 litros de agua envasada
4 kilos de carne	3 kilos de pan
3 litros leche	2 litros de vinos y derivados
1 kilos de carne de pollo	5 litros de cerveza
1 kilo de carne de ovino y caprino	3 kilos de derivados lácteos
	2 kilos patatas
	1 litros zumo y néctar

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 6.886 –un 2,6% sobre el total nacional– y se distribuyen en un 67,9% para Zaragoza, un

19,5% para Huesca y un 12,6% 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	6.896	1.729	4.814	343	35.972
ARAGÓN/ESPAÑA (%)	2,6	2,1	2,9	1,8	2,3

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).



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 *

CERDO DE TERUEL *

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 BALSAM

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

La Producción Final Ganadera (PFG) aportó en 2023 el 76% de la Producción Final Agraria (PFA) y la Producción Final Vegetal (PFV) el 22,8%. El resto de la PFA son otras producciones y servicios.

El valor de la PFA asturiana ascendió en 2023 a 674,6 millones de euros, de los que 513,2 millones de euros correspondieron a la PFG y 153,7 millones de euros a la PFV.

El resto (unos 7,7 millones de euros) lo aportaron las actividades no agrarias y la producción de servicios a la producción de la rama agraria, que es cada año mayor en el Principado de Asturias.

Añadidas las amortizaciones y restadas las subvenciones, se obtiene un valor añadido neto, que deducido a su vez de la producción de la rama agraria, arroja como resultado un monto de 231 millones de euros, que corresponden a la Renta Agraria regional ese año.

Al contrario que en años anteriores, para el sector ganadero el año se saldó de forma negativa en cuanto a producciones, ya que tanto en el sector lácteo como en el cárnico hubo caídas importantes en los volúmenes producidos.

Al descenso en 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, especialmente hasta las 524.100 toneladas ajustadas a materia grasa, un 2% menos que en el año anterior. La producción asturiana representó el 7,1% de la producción nacional total. en el caso de la de oveja, cuya producción se redujo hasta un 24%.

Por su lado, la producción de carne de vacuno también descendió en volumen hasta las 14.500 toneladas, un 12% menos que en el año anterior, pero sin embargo los precios pagados por la carne fueron mejores. Este subsector aporta casi el 40% de todo el valor de la PFG de Asturias.

Por detrás del vacuno se situó la carne de equino, que registró una notable caída en el volumen producido (52%), en consonancia con lo sucedido en años anteriores. Asimismo, también tiene importancia la producción de carne de porcino y de caprino, pero en mucha menor medida que las dos anteriores. En sentido con-



trario a la evolución de las principales producciones ganaderas, en estas dos (porcino y caprino de carne) hubo aumentos en volumen (del 2% y del 0,1% respectivamente) y los precios fueron buenos.

En cuanto a la agricultura, las principales producciones tuvieron un saldo positivo. Así, aumentó un año más la producción de manzana de mesa (40%) y también la pomarada fue muy buena, pues se recogieron hasta 30.000 toneladas de manzana para sidra, más del doble que en el año anterior. La producción de kiwi aumentó un 34% y, entre las hortalizas, destacó la buena cosecha de pimientos (10% más que en el año anterior), que contrarrestó la caída de otras producciones como la col o la patata.

La producción de fabes fue mucho peor que la de 2022. En concreto, se produjo una caída del 29%, que ya fue malo para este cultivo.

Respecto al comercio exterior, en 2023 las exportaciones agroalimentarias asturianas alcanzaron un valor de 264 millones de euros, un 19,9% menos que en 2022.

PESCA EN ASTURIAS

La flota pesquera asturiana estaba formada en 2023 por 261 embarcaciones, el 3,05% del total de la pesca marítima nacional, con un arqueo de 4.972 GT (1,58 % de toda España), una potencia de 16.198 KW (2,15% del total). La antigüedad media de todos estos buques era de 24 años y la eslora promedio de 10,86 metros.

Con respecto al año anterior, el número de embarcaciones aumentó. En 2023 Asturias tenía 19 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional y contaba con 25 puertos pesqueros y 18 lonjas de pri-

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2022	2023
ALUBIAS (FABES)	0,7	0,5
CEREZA	0,2	0,2
COL-REPOLLO	0,1	0,1
KIWI	3,8	5,1
MAÍZ	1,3	0,9
MAÍZ FORRAJERO	293	289,8
MANZANA DE MESA	1	1,4
MANZANA DE SIDRA	12	30
PATATAS	7,7	5,8
PIMIENTO	0,68	0,75
VINOS (miles de hl.)	0,2	0,10
CARNE DE EQUINO	0,27	0,13
CARNE DE VACUNO	16,4	14,5
CARNE DE CAPRINO	0,03	0,03
CARNE DE PORCINO	4,3	4,39
LECHE DE VACA	534,23	524,1
LECHE DE OVEJA	0,007	0,005
HUEVOS (Millones de docenas)	2,9	3,6

FUENTE: MAPA

mera venta. Las capturas pesqueras subastadas en las lonjas asturianas llegaron en 2023 a 18,4 millones de kilos, por un valor de 57,86 millones de euros, según datos del gobierno asturiano. En ambos casos, los datos de 2023 fueron mucho más bajos que los del año anterior. Especialmente malo resultó el balance para los puertos del Oriente asturiano (Ribadesella, Llanes, Bustio, etc.), pues los desembarques descendieron en volumen un 42% hasta 1.200 toneladas.

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 suman ya casi 1.400 toneladas. La producción principal de la acuicultura asturiana es la trucha arcoíris (unas 1.200 toneladas anuales), pero también hay una pequeña producción de rodaballo, ostras y algunas nuevas producciones, entre las que destacan los moluscos. Asimismo, hay cultivos piloto de algas.

En cuanto a la industria, según datos del INE, en 2023 había en Asturias 13 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	2.016	1,5
Industria cárnica	100,0	0,4
Industria de Pescado	21,0	0,2
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	11	S/D
Aceites y Grasas	S/D	S/D
Productos Lácteos	1.125,0	11,0
Molinería y almidones	0,0	0,0
Panadería y pastas alimenticias	138,0	1,5
Azúcar	0,0	0,0
Cacao, Chocolate y confitería	31,0	0,8
Café, Té e infusiones	91,0	3,5
Espesias, salsas y condimentos	S/D	S/D
Platos y comidas preparadas	69,0	2,8
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos alimenticios	123,0	4,1
Productos alimentación animal	205,0	1,2
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	0,0	0,0
Vinos	0	0
Sidra y otras bebidas fermentadas	72,0	52,4
Cerveza y malta	0	0
Bebidas no alcohólicas	21,0	0,4

FUENTE: MAPA. Datos de 2021

ASTURIAS. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS	
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	2023
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	84
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	13
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	12
Fabricación de productos lácteos	2
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	92
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	6
Fabricación de otros productos alimenticios	265
Fabricación de productos para alimentación animal	60
Fabricación de bebidas	15
TOTAL	95
TOTAL	644

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Asturias tiene 1.008.874 habitantes y 10.604 km² de extensión, lo que representa un 2,1% de la población y poco más del 2% del territorio sobre el total nacional. Los asturianos tienen un poder de compra, en función del gasto medio por persona, superior en un 4,6% a la media nacional.

Asturias cuenta con 1.950 locales comerciales especializados en alimentación. Además, se contabilizan

518 supermercados y 10 hipermercados que alcanzan conjuntamente 378.816 m². La densidad comercial para este conjunto de establecimientos se sitúa en 375,5 m² cada 1.000 habitantes, bastante por encima de la media nacional. En Asturias hay 440 actividades para la venta ambulante o en mercadillos, un 1,2% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ASTURIAS

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ASTURIAS	10.591	1.836	191	213	114	10	440
ASTURIAS/ESPAÑA (%)	2,1	1,9	1,5	3,7	2,4	2,0	1,2

CONSUMO ALIMENTARIO

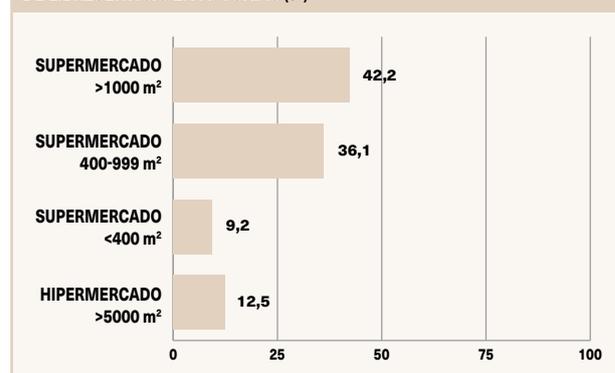
Durante el año 2023, Asturias registró un gasto per cápita en alimentación de 1.852,8 euros (un 7,0% superior a la media nacional). Carne (19,0%), pescado (13,2%), frutas frescas (9,4%), derivados lácteos (9,4%), pan (4,8%), hortalizas frescas (5,2%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,7%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Asturias cuentan con un gasto superior en vinos (34,2%), chocolates y cacao (28,8%), leche (34,4%), pan (22,7%), aceite (22,4%), derivados lácteos (17,1%) y pescado (23,0%), mientras que, por el contrario, gastan menos en cervezas (-21,8%), zumo y néctar (-14,5%), platos preparados (-22,2%), agua mineral (-18,3%), hortalizas frescas (-15,9%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-17,9%).

En términos medios, durante el año 2023 cada persona en Asturias consumió 144 huevos, 40,3 kilos de carne, 24,2 kilos de pescado, 83,7 litros de leche, 38,7 kilos de derivados lácteos, 33,1 kilos de pan, 12,1 litros de aceite, 14,8 litros de cerveza, 40,2 kilos de hortalizas frescas, 87,0 kilos de frutas frescas, 12,2 kilos de platos preparados, 42,3 litros de agua embotellada y 28,5 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Asturias se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de leche (33,0%), pescado (30,6%), pan

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN ASTURIAS (%)

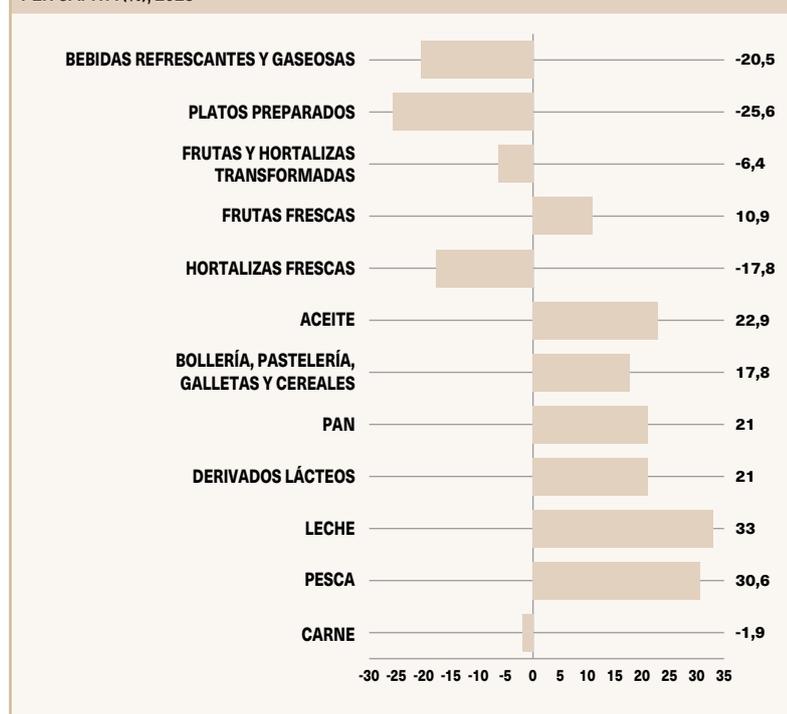


(21,0%), derivados lácteos (21,0%) y aceite (22,9%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en platos preparados (-25,6%), hortalizas frescas (-17,8%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-20,5%).

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN ASTURIAS (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	30,6	1,7	9,7
CARNE	351,8	19,0	2,6
PESCA	244,2	13,2	23,0
LECHE	82,5	4,5	34,4
DERIVADOS LÁCTEOS	174,7	9,4	17,1
PAN	88,3	4,8	22,7
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	87,4	4,7	15,1
CHOCOLATES Y CACAOS	37,1	2,0	28,8
ACEITE	54,7	3,0	22,4
VINO	31,2	1,7	34,2
CERVEZAS	24,6	1,3	-21,8
ZUMO Y NÉCTAR	07,3	0,4	-14,5
PATATAS	32,8	1,8	-1,2
HORTALIZAS FRESCAS	96,6	5,2	-15,9
FRUTAS FRESCAS	174,3	9,4	8,6
FRUTOS SECOS	29,3	1,6	3,9
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	34,8	1,9	6,2
PLATOS PREPARADOS	67,5	3,6	-22,4
CAFÉS E INFUSIONES	34,7	1,9	9,6
AGUA MINERAL	10,8	0,6	-18,3
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	33,1	1,8	-17,9
OTROS PRODUCTOS	124,4	6,7	-0,2
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.852,8	100,0	7,0

DESVIACIÓN DE ASTURIAS CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ASTURIAS EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
5 unidades de huevos	9 kilos de hortalizas frescas
21 litros de total leche	4 litros de cerveza
9 kilos de frutas frescas	22 litros de agua mineral
6 kilos de pan	7 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
7 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 pastas
4 kilos de yogurt	1 kilo helados y tartas
2 kilos de bollería, pastelería, galletas y cereales	
2 kilos de azúcar	
1 kilos de queso	
1 litro de aceite de oliva	

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Por su parte, las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 6.412, lo que supone un 2,4% respecto del total nacional. En cuanto

al equipamiento en restaurantes, bares y hoteles, Asturias ocupa una posición intermedia en el conjunto nacional. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN ASTURIAS

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
ASTURIAS	6.412	1.462	4.711	239	23.838
ASTURIAS/ESPAÑA (%)	2,4	1,8	2,9	1,3	1,5

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).



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 2023 alcanzó un valor de 1.030 millones de euros a precios corrientes, de los que el subsector agrícola (Producción Final Vegetal o PFV) aportó unos 841 millones de euros, y el subsector ganadero (Producción Final Ganadera, PFG) 180,7 millones de euros. El resto de la PFA procedió de otras producciones y servicios, que aportaron cerca de 7,8 millones de euros. De acuerdo con estas cifras, y una vez descontados los insumos y sumadas las subvenciones, se alcanzó una Renta Agraria regional de 676 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 positivo (un 23% más de cosecha que en el año anterior, en el que se produjo la pérdida de cultivos en la isla de La Palma), con cerca de 429.300 toneladas recogidas. Canarias es el principal productor de plátanos de la Unión Europea y su cultivo ocupa unas 9.900 hectáreas.

En sentido contrario, las pequeñas producciones de cítricos tuvieron un saldo negativo, especialmente en el caso de la naranja, y en el sector de las hortalizas hubo en general mejores cosechas, incluso para el tomate. Canarias está entre las primeras comunidades productoras de pepino y calabacín.



También fue bueno el año para el aguacate. Este cultivo se ha ido extendiendo 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 producción de hasta el 14% con respecto a la cosecha del año anterior.

Al igual que en los dos años anteriores, la vendimia evolucionó positivamente y la producción de vino y mosto se incrementó un 11,5% hasta los 34.900 hectolitros, 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 2023 la evolución del sector no fue positiva. Se produjeron descensos en la producción de carne de vacuno (12,8%), carne de porcino (8,6%), carne de conejo (33%), carne de pollo (12,7%), leche de vaca (1,3%) y leche de cabra (0,7%). Solamente fueron mejores que en el año anterior las producciones de leche de oveja, que es muy minoritaria respecto a la de cabra y a la de vaca, y la producción de carne de cabra, que también es de las menores en Canarias (se produjeron 1.950 toneladas). Por contra, la producción de huevos regional se redujo ese año (un 2% menos).

Otra producción ganadera singular de Canarias es la miel, que en 2023 volvió a registrar descensos importantes de producción por la sequía.

Por lo que respecta al comercio exterior, en 2023 las exportaciones alcanzaron un valor de 274,7 millones de euros, un 2,9% menos que un año antes.

PESCA EN CANARIAS

La flota pesquera canaria en 2023 estaba compuesta por 734 embarcaciones (siete menos que un año antes), lo que supone el 8,58% del total nacional. Su arqueo llegaba hasta 18.934 GT (5,9% del total), una potencia de 18.934 KW (6,02% del total). La antigüedad media de todos estos buques era de 44 años y la eslora promedio de 9,84 metros.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2022	2023
AGUACATE	14,6	14,6
CALABACÍN	23,2	23,5
CALABAZA	15,2	16,9
COL-REPOLLO	12,1	12,1
LECHUGAS	37,6	37,6
NARANJAS	11,9	11,6
PATATAS	111,2	95,4
PEPINOS	22,7	22,7
PLÁTANOS	348,8	429,3
TOMATE	53,3	53,3
UVA DE VINIFICACIÓN	15,8	15,8
VINOS	31,3	34,9
CARNE DE PORCINO	4,74	4,33
CARNE DE VACUNO	3,6	3,14
CARNE DE CAPRINO	1,92	1,95
CARNE DE CONEJO	0,12	0,08
CARNE DE AVES	10,7	9,34
LECHE DE CABRA	27,8	27,6
LECHE DE OVEJA	0,55	0,62
LECHE DE VACA	49,02	48,4
HUEVOS (Millones de docenas)	31,4	30,8

FUENTE: MAPA

En 2023, 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 regional. 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 2023, la pesca capturada por los barcos canarios en primera venta sumó 8.193,2 toneladas, por un valor de 29 millones de euros (por debajo del año anterior tanto en valor, como en peso), según los datos del gobierno canario. Además, la producción acuícola se elevó por encima de las 5.500 toneladas, siendo las principales producciones la lubina y la dorada.

Según datos del INE, en 2023 había en Canarias 4 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CANARIAS (Millones de Euros)		
Subsectores	% CANARIAS/ ESPAÑA	
	CANARIAS Cifra de Negocio	Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	1.359	1
Industria cárnica	150,0	0,5
Industria de Pescado	4,0	0
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	69	0,6
Aceites y Grasas	S/D	S/D
Productos Lácteos	201,0	2,0
Molinería y almidones	43,0	1
Panadería y pastas alimenticias	246,0	2,7
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	6,0	0,2
Café, Té e infusiones	26,0	1
Especias, salsas y condimentos	12,0	0,8
Platos y comidas preparadas	14,0	1
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos diversos	16,0	1
Productos alimentación animal	82,0	0,5
Bebidas espirituosas	49,0	4
Vinos	30,0	0,4
Sidra y otras bebidas fermentadas	0	0
Cerveza y malta	127,0	3,4
Bebidas no alcohólicas	269,0	5

FUENTE: MAPA. Datos de 2021

CANARIAS. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS	
Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	31
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	4
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	33
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	4
Fabricación de productos lácteos	137
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	36
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	395
Fabricación de otros productos alimenticios	115
Fabricación de productos para alimentación animal	12
Fabricación de bebidas	163
TOTAL	930

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Canarias tiene 2.238.336 habitantes y una extensión de 7.450 km², 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 16,3%).

En Canarias se cuantifican 3.151 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimenta-

ción (Las Palmas tiene el 51,6% mientras que Santa Cruz de Tenerife llega al 48,4%). Por otra parte, en Canarias hay instalados 1.037 supermercados y 43 hipermercados; estos 1.080 establecimientos ocupan 679.117 m² y suponen una densidad comercial de 303,4 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades para venta ambulante y mercadillos se cifran en 2.186, un 6,0% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CANARIAS

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CANARIAS	24.109	3.151	601	223	213	43	2.186
CANARIAS/ESPAÑA (%)	4,7	3,2	4,6	3,9	4,4	8,4	6,0

CONSUMO ALIMENTARIO

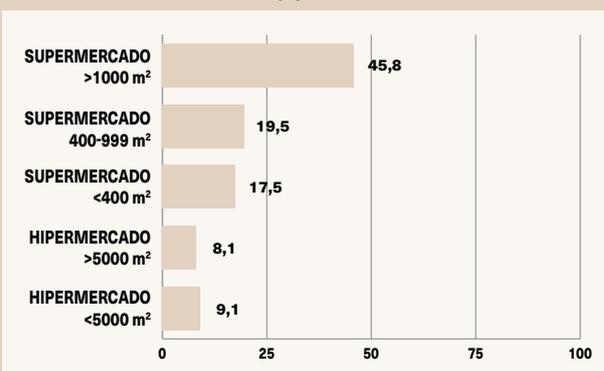
Durante el año 2023, Canarias registró un gasto per cápita en alimentación de 1.676,2 euros (un -3,2% inferior a la media nacional). Carne (17,0%), derivados lácteos (10,9%), pescado (9,1%), frutas frescas (9,9%), hortalizas frescas (6,6%), pan (3,9%), bollería, pastelería, galletas y cereales (4,4%) y platos preparados (4,9%) 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 (112,2%), zumo y néctar (42,2%), derivados lácteos (22,5%) y patatas (19,0%), mientras que, por el contrario, gastan menos en pescado (-23,0%), carne (-16,8%), cervezas (-26,5%), platos preparados (-4,9%), pan (-10,2%) y hortalizas frescas (-4,0%).

En términos medios, durante el año 2023 cada persona en Canarias consumió 140 huevos, 34,8 kilos de carne, 14,6 kilos de pescado, 58,0 litros de leche, 36,0 kilos de derivados lácteos, 25,3 kilos de pan, 10,2 litros de aceite, 15,3 litros de cerveza, 45,1 kilos de hortalizas frescas, 75,5 kilos de frutas frescas, 14,6 kilos de platos preparados, 146,5 litros de agua embotellada y 41,0 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 (12,5%), bollería, pastelería, galletas y cereales (2,4%), aceite (4,0%) y bebi-

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CANARIAS (%)





Líder en venta mayorista, distribución
y logística de productos agroalimentarios



*Alimentando
el futuro*

Mercado de Frutas y Hortalizas
Mercado de Pescados
Complejo Cárnico
Zona de Actividades Complementarias

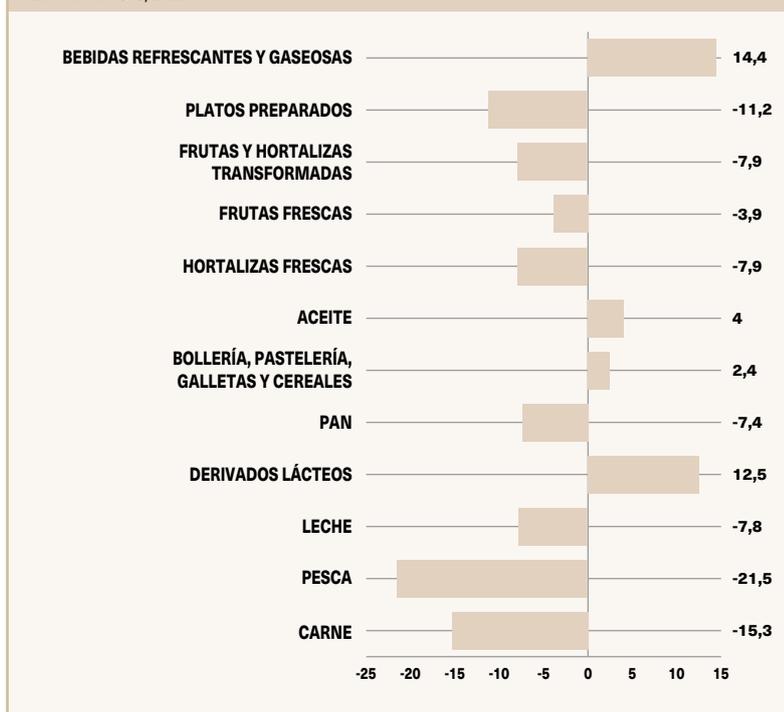
Lomo Cuesta Ramón, s/n - Marzagán | 35229 Las Palmas de Gran Canaria
T. 928 717 860 | mercalaspalmas@mercalaspalmas.es | www.mercalaspalmas.es



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CANARIAS (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	31,7	1,9	13,9
CARNE	285,3	17,0	-16,8
PESCA	152,9	9,1	-23,0
LECHE	59,0	3,5	-3,9
DERIVADOS LÁCTEOS	182,7	10,9	22,5
PAN	64,6	3,9	-10,2
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	74,4	4,4	-2,0
CHOCOLATES Y CACAOS	32,6	1,9	13,2
ACEITE	43,2	2,6	-3,4
VINO	28,8	1,7	24,0
CERVEZAS	23,1	1,4	-26,5
ZUMO Y NÉCTAR	12,2	0,7	42,2
PATATAS	39,5	2,4	19,0
HORTALIZAS FRESCAS	110,3	6,6	-4,0
FRUTAS FRESCAS	166,2	9,9	3,5
FRUTOS SECOS	28,4	1,7	0,8
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	32,0	1,9	-2,4
PLATOS PREPARADOS	82,8	4,9	-4,9
CAFÉS E INFUSIONES	32,1	1,9	1,3
AGUA MINERAL	28,1	1,7	112,2
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	39,3	2,3	-2,6
OTROS PRODUCTOS	126,8	7,6	1,8
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.676,2	100,0	-3,2

DESVIACIÓN DE CANARIAS CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



das refrescantes y gaseosas (14,4%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pescado (-21,5%), carne (-15,3%), platos preparados (-11,2%), frutas y hortalizas transformadas (-7,9%), hortalizas frescas (-7,9%), leche (-7,8%) y pan (-7,4%).



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CANARIAS EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
82 litros de agua mineral	10 kilos de carne fresca
4 litros de zumo y néctar	3 kilos carne de cerdo
4 kilos de carne congelada	5 kilos carne de pollo
4 kilos de derivados lácteos	4 kilos de pescado
3 kilos de queso	5 litros de leche
6 litros de bebidas refrescantes	2 kilos de pan
1 kilo de azúcar	4 kilos de hortalizas frescas
2 litro de vinos tranquilos	4 litros de cerveza
1 kilo de harinas y sémolas	2 kilos de platos preparados
	3 kilos de frutas frescas

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Canarias cuenta con 14.354 locales para actividades de restauración y bares, llegando al 5,4% 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	14.354	6.212	7.279	863	257.750
CANARIAS/ESPAÑA (%)	5,4	7,7	4,5	4,6	16,8

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANARIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

ABONA^{*}
 EL HIERRO^{*}
 GRAN CANARIA^{*}
 LANZAROTE
 LA GOMERA^{*}
 LA PALMA^{*}
 TACORONTE-ACENTEJO^{*}
 VALLE DE GÜIMAR
 VALLE DE LA OROTAVA^{*}
 YCODEN-DAUTE-ISORA
 ISLAS CANARIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

QUESO MAJORERO^{*}
 QUESO PALMERO^{*}
 QUESO DE FLOR DE GUÍA /
 QUESO DE MEDIA FLOR DE GUÍA /
 QUESO DE GUÍA

CONDIMENTOS Y DERIVADOS

COCHINILLA DE CANARIAS

FRUTAS Y HORTALIZAS

PAPAS ANTIGUAS DE CANARIAS^{*}

MIEL

MIEL DE TENERIFE

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

HARINAS Y PANES

GOFIO CANARIO

FRUTAS Y HORTALIZAS

PLÁTANO DE CANARIAS

INDICACIÓN GEOGRÁFICA

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

RONMIEL DE CANARIAS^{*}

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO REGULADOR DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CANARIAS^{*}

^{*}Inscrita en el Registro de la UE



CANTABRIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de Cantabria en 2023 ascendió a 480,2 millones de euros, expresadas en precios básicos. Unos 95,2 millones procedieron de la Producción Final Vegetal (PFV) y 369,7 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 154,4 millones de euros a precios básicos.

La evolución del sector ganadero de Cantabria estuvo marcada en 2023 por la negativa evolución de la carne de vacuno y la leche de vaca. La producción de leche disminuyó en volumen un 3% (se produjeron en la región 397.360 toneladas). La leche de vaca producida en Cantabria representa cerca del 5% del total nacional.

De la cantidad total de leche producida, el 54% fueron entregas de leche a industrias de Cantabria. El número de ganaderos con entregas al acabar el año era de 847, cuando un año antes eran 976 y dos años antes se superaban los mil.

También se produce en Cantabria una pequeña cantidad de leche de oveja, inferior en un 10% en 2023 frente a un año antes.

Junto con la leche de vaca, la otra gran producción ganadera de Cantabria es la carne. En 2023 la producción cárnica la encabezó el sector del bovino con casi 7.600



toneladas (un 23% menos 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. La producción ganadera se complementó con la producción de 2 millones de docenas de huevos (un 25% más que un año antes) y con miel.

Con respecto a las producciones agrícolas, en general la evolución de los cultivos fue positiva, tanto en el caso de las destinadas a la alimentación animal (como el maíz forrajero, que duplicó la producción de un año antes), como a la alimentación humana. El balance del año fue bueno para la patata, pues la cosecha se incrementó un 16% (en el año anterior, la producción creció incluso más).

Además de estas producciones, también se recoge anualmente una pequeña cosecha de fruta, especialmente de pepita. En 2023 se disparó la producción de manzana de sidra.

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 Cantabria. En 2023 la producción quedó en unas 400 toneladas, volumen similar al del año precedente. También se produce vino en la región, aunque cada vez en menor cantidad (100 hectolitros en 2023).

El valor de las exportaciones agroalimentarias de Cantabria en 2023 fue de 377,2 millones de euros, un 3,7% más que en 2022.

PESCA EN CANTABRIA

Las embarcaciones pesqueras de Cantabria en 2023 eran 128, tres menos que en 2022, que representaban el 1,4% del total nacional. Su arqueo llega hasta los 6.682 GT (2,12 % del total), una potencia de 17.052 KW (2,26 % del total). La antigüedad media de todos estos buques era de 26 años y la eslora promedio de 16,85 metros.

En 2023, Cantabria contaba con 2 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional. La pesca fresca desembarcada en los puertos cántabros rondó las 33.000 toneladas, por un valor de más de 62 millones de euros. De los 8 puertos pesqueros de la región, los que más pesca mueven son Santoña (50% del volumen total), Laredo (17,5%) y San Vicente de la Barquera (8,6%). Además de es-

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2022	2023
AVENA	0,13	0,03
CEBADA	0,32	0,16
GIRASOL	0,09	0,11
KIWI	0,4	0,4
MAÍZ FORRAJERO	47,8	183,4
MANZANA DE SIDRA	0,01	0,11
PATATAS	4,4	5,1
PIMIENTO	0,1	0,1
TRIGO	0,2	0,2
VINOS (miles de hl.)	0,2	0,1
CARNE DE EQUINO	0,09	0,08
CARNE DE VACUNO	9,9	7,6
LECHE DE VACA	408,13	397,4
LECHE DE OVEJA	0,1	0,09
HUEVOS (Millones de docenas)	1,6	2

FUENTE: MAPA



tos, los otros puertos pesqueros son Castro Urdiales, Colindres, Comillas, Santander y Suances.

Las principales especies capturadas son anchoa, chicharro, sardina, caballa, bonito, merluza y rape. La producción acuícola en Cantabria alcanza un volumen anual de unas 210 toneladas. Las producciones más importantes dentro de la acuicultura la trucha arcoíris, la ostra, la almeja japonesa, el rodaballo y el lenguado. En los últimos años se han llevado a cabo tareas de repoblación de la almeja en las bahías de Santander y las marismas de Santoña.

Según datos del INE, en Cantabria había en 2023 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	1.687	1,2
Industria cárnica	20,0	0,1
Industria de Pescado	250,0	3,5
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	2,0	0,0
Aceites y Grasas	0,0	0,0
Productos Lácteos	427,0	4,2
Molinería y almidones	1,0	0,0
Panadería y pastas alimenticias	204,0	2,2
Azúcar	S	S
Cacao, Chocolate y confitería	606,0	16,3
Café, Té e infusiones	S/D	S/D
Espesias, salsas y condimentos	0,0	0,0
Platos y comidas preparadas	S/D	S/D
Preparados alimenticios homogeneizados	0	0
Otros productos alimenticios	7,0	0,2
Productos alimentación animal	138,0	0,8
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	S/D	S/D
Vinos	0,0	0,0
Sidra y otras bebidas fermentadas	0,0	0,0
Cerveza y malta	S/D	S/D
Bebidas no alcohólicas	S/D	S/D

FUENTE: MAPA. Datos de 2021

CANTABRIA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	27
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	72
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	7
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	0
Fabricación de productos lácteos	47
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	2
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	158
Fabricación de otros productos alimenticios	24
Fabricación de productos para alimentación animal	11
Fabricación de bebidas	31
TOTAL	379

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Cantabria tiene 591.164 habitantes que viven en una superficie de 5.253 km². Santander cuenta con cerca de un tercio de la población. El gasto medio por persona de la población cántabra es inferior a la media nacional (3,9% menor).

En Cantabria se contabilizan 5.955 establecimientos comerciales minoristas. Aquellos que se ciñen

específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 1.237. Esta comunidad autónoma cuenta con 402 supermercados y 6 hipermercados. Estos 408 establecimientos ocupan 215.629 m² y generan una densidad comercial de 364,8 m² cada 1.000 habitantes. La venta ambulante y en mercadillos alcanza 314 actividades (en torno al 0,9% sobre el total nacional).

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CANTABRIA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CANTABRIA	5.955	1.237	234	108	60	6	314
CANTABRIA/ESPAÑA (%)	1,2	1,3	1,8	1,9	1,2	1,2	0,9

CONSUMO ALIMENTARIO

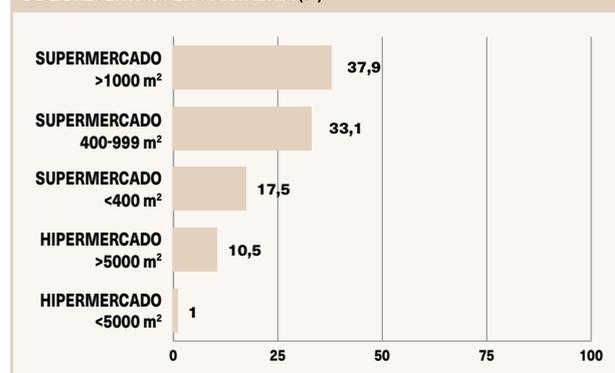
Durante el año 2023, Cantabria registró un gasto per cápita en alimentación de 1.607,3 euros (un -7,1% inferior a la media nacional). Carne (18,2%), pescado (10,8%), frutas frescas (9,0%), derivados lácteos (8,8%), hortalizas frescas (5,7%), pan (4,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,6%) 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 (30,4%), leche (14,1%), vino (7,0%), huevos (24,1%), chocolate y cacao (15,1%), zumo y néctar (18,4%), y frutas y hortalizas transformadas (17,1%), mientras que, por el contrario, gastan menos en hortalizas frescas (-19,6%), cafés e infusiones (-17,0%), carne (-14,7%), pescado (-12,9%), platos preparados (-16,4%) y cervezas (-30,7%).

En términos medios, durante el año 2023 cada persona en Cantabria consumió 176 huevos, 35,0 kilos de carne, 16,9 kilos de pescado, 73,7 litros de leche, 33,4 kilos de derivados lácteos, 26,1 kilos de pan, 11,5 litros de aceite, 13,3 litros de cerveza, 36,9 kilos de hortalizas frescas, 69,4 kilos de frutas frescas, 15,0 kilos de platos preparados, 61,8 litros de agua embotellada y 27,4 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 (16,9%), y leche (17,2%),

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CANTABRIA (%)

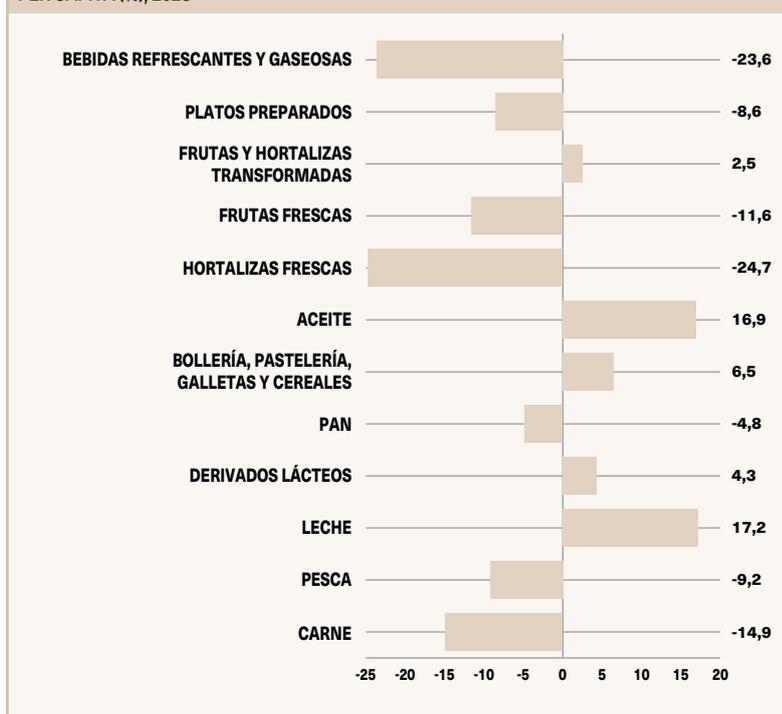


bollería, pastelería, galletas y cereales (6,5%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en carne (-14,9%), hortalizas frescas (-24,7%), frutas frescas (-11,6%), platos preparados (-8,6%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-23,6%).

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CANTABRIA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	34,6	2,2	24,1
CARNE	292,3	18,2	-14,7
PESCA	172,9	10,8	-12,9
LECHE	70,0	4,4	14,1
DERIVADOS LÁCTEOS	142,1	8,8	-4,7
PAN	73,0	4,5	1,4
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	73,5	4,6	-3,2
CHOCOLATES Y CACAOS	33,1	2,1	15,1
ACEITE	58,3	3,6	30,4
VINO	24,9	1,5	7,0
CERVEZAS	21,8	1,4	-30,7
ZUMO Y NÉCTAR	10,2	0,6	18,4
PATATAS	30,2	1,9	-9,1
HORTALIZAS FRESCAS	92,4	5,7	-19,6
FRUTAS FRESCAS	145,0	9,0	-9,7
FRUTOS SECOS	29,8	1,9	5,7
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	38,4	2,4	17,1
PLATOS PREPARADOS	72,8	4,5	-16,4
CAFÉS E INFUSIONES	26,3	1,6	-17,0
AGUA MINERAL	15,4	1,0	16,5
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	35,0	2,2	-13,2
OTROS PRODUCTOS	115,3	7,2	-7,5
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.607,3	100,0	-7,1

DESVIACIÓN DE CANTABRIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CANTABRIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
38 unidades de huevos	3 litros de agua mineral
2 kilos de yogur	6 litros de cervezas
2 litros de aceite	9 kilos de frutas frescas
11 litros de leche líquida	12 kilo de hortalizas frescas
9 litros de leche desnatada	2 kilo de carne de pollo
1 litros de vinos y derivados	1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos
1 kilo chocolate y cacao	8 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
2 kilos legumbres	
2 litros aceite de oliva	

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades dedicadas a servicios de restauración y bares se cifran en 3.529 (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	3.529	958	2.450	121	16.140
CANTABRIA/ESPAÑA (%)	1,3	1,2	1,5	0,6	1,0

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CANTABRIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

PICIÓN 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

BERZA "ASA DE CÁNTARO"

LECHE PASTEURIZADA

CÁRICO MONTAÑÉS

ARÁNDANO

SEMICONSERVA DE FILETES DE ANCHOA EN ACEITE

AGRICULTURA ECOLÓGICA

AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CANTABRIA



**** Protección nacional transitoria / Inscrita en el Registro de la UE

CASTILLA-LA MANCHA



AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de Castilla-La Mancha ascendió en 2023 a 6.771 millones de euros. La Producción Final Vegetal (PFV) contribuyó con 4.095 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) con 2.467 millones de euros. El resto de la PFA fueron aportaciones del sector servicios y de otras producciones agrarias, que sumaron cerca de 209 millones de euros.

El gasto en consumos intermedios supuso un coste muy superior al del año precedente y finalmente, la Renta Agraria ascendió a 3.435 millones de euros.

El año agrícola se caracterizó por las malas cosechas de cereales, incluida la de maíz que el año anterior había sido buena. En esta región, más del 60% 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 superó los 14,2 millones de hectolitros, lo que supuso un descenso del 23% respecto a 2022.

Entre los cereales, se registraron descensos de cosecha del orden del 60% en el caso de los cultivos de invierno y algo menos en los de primavera (la cosecha de maíz, por ejemplo, fue un 16% menor). Asimismo, entre las hortalizas hubo descensos de producción (lechugas, pimientos, zanahorias, etc.); pero también se registraron mejores cosechas, como fue el caso del tomate, del melón o la sandía, que son de los que más aportan en volumen.

El ajo, otro cultivo singular, tuvo también una buena cosecha (un 79% más), mientras que en champiñón hubo un ligero descenso de producción.

Por su parte, la campaña de aceite de oliva (2023/24) fue mucho mejor que la anterior (un 64% más), aunque hay que tener en cuenta que la cosecha anterior fue anormalmente mala. En el mismo sentido, la producción de almendra se disparó hasta un 129% con respecto a la del año anterior y entre las frutas de hueso (melocotón, etc.) se produjeron importantes aumentos de cosecha, al contrario que en el año precedente.

Finalmente, los cultivos oleaginosos (colza y girasol), tuvieron un buen balance, mientras que por el contrario las legumbres, como las lentejas, cerraron el año en negativo.

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 2023 la producción de carne de porcino se redujo de nuevo y se situó en 369.400 toneladas (6% menos). Igualmente, descendió un 4% la producción de carne de vacuno; un 2% la de ovino; un 14% la de caprino de carne y un 14% también la de carne de conejo. Sólo la producción de carne de pollo, que es la segunda en volumen, por detrás del porcino, tuvo ese año un saldo positivo, con un aumento del 5% respecto al año anterior (se recogieron 62.000 toneladas).

Las producciones lácteas fueron inferiores al año anterior en volumen en las leches de cabra y oveja, pero no

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2022	2023
ACEITE DE OLIVA	66,3	108,6
AJOS	77	138,1
ALFALFA	983,2	770,3
ALMENDRA CÁSCARA	26,1	59,7
AVENA	283,8	114,5
CEBADA	1.880,3	746,1
CEBOLLAS	605,5	599,1
CHAMPIÑÓN	77,5	77
COLZA	24,2	24
GIRASOL	89	130
LECHUGA	68,1	63,2
LENTEJAS	18,80	8,10
MAÍZ	214,5	179,2
MELOCOTÓN	27,7	51,3
MELONES	145,8	150,8
PATATAS	45,1	45,1
PIMIENTOS	43,2	37,5
SANDÍAS	190,0	213,1
TOMATE	93,8	107,2
TRIGO	854,2	407,4
TRITICALE	174,5	93,6
VINOS (miles de hl.)	18.584,13	14.250
ZANAHORIAS	19,4	17,2
CARNE DE VACUNO	57,9	55,62
CARNE DE PORCINO	392	369,4
CARNE DE OVINO	15,6	15,33
CARNE DE AVES	59,2	62
CARNE DE CONEJO	2,9	2,5
CARNE DE CAPRINO	0,9	0,77
LECHE DE CABRA	69,5	67,7
LECHE DE OVEJA	168,4	165,6
LECHE DE VACA	283,73	290,7
HUEVOS (Millones de docenas)	255,7	266,8

FUENTE: MAPA

así la de vaca (290.700 toneladas, un 2% más). La mayor producción, pese al descenso del 2%, fue la de leche de oveja, con 165.600 toneladas. Castilla-La Mancha cuenta también con una importante producción de miel y de huevos, de los que se produjeron 266,8 millones de docenas, un 4% más que en 2022.

La evolución de las exportaciones agroalimentarias fue positiva, en consonancia con los años precedentes. En concreto, el valor de las ventas superó los 3.292,3 millones de euros, un 0,6% más que un año antes. Las exportaciones agroalimentarias representaron el 4,7% del total nacional. ■

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	12.305	9
Industria cárnica	3.632,0	11,4
Industria de Pescado	335,0	4,6
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	701	6,1
Aceites y Grasas	43,0	0,4
Productos Lácteos	1.617,0	15,8
Molinería y almidones	373,0	8,6
Panadería y pastas alimenticias	1.321,0	14,3
Azúcar	289	60
Cacao, Chocolate y confitería	78,0	2,1
Café, Té e infusiones	252,0	9,5
Especias, salsas y condimentos	S/D	S/D
Platos y comidas preparadas	189,0	7,7
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos diversos	176,0	5,9
Productos alimentación animal	1.980,0	11,7
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	158,0	11,8
Vinos	898,0	12
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	23	0,6
Bebidas no alcohólicas	180	3,4

FUENTE: MAPA. Datos de 2021

CASTILLA-LA MANCHA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	200
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	8
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	88
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	184
Fabricación de productos lácteos	150
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	32
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	813
Fabricación de otros productos alimenticios	152
Fabricación de productos para alimentación animal	84
Fabricación de bebidas	406
TOTAL	2.117

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Castilla-La Mancha cuenta con 2.101.404 habitantes y 79.409 km² de extensión. Las provincias de Toledo y Ciudad Real superan los 400.000 habitantes. El gasto medio por persona del consumidor castellano-manchego está por debajo de la media nacional (un 14,2%).

En Castilla-La Mancha hay 22.026 locales comerciales minoristas. Los establecimientos especializados

en la distribución de alimentación y bebidas se cifran en 4.079. Toledo tiene el 32,8%; Ciudad Real, el 27,1%; Albacete, el 20,5%; Cuenca, el 10,9%; y Guadalajara, el 8,7%. Esta comunidad autónoma cuenta con 1.135 supermercados y 20 hipermercados, que en conjunto alcanzan una superficie de venta de 632.476 m² y una densidad comercial de 301,0 m² por cada 1.000 habitantes. La venta ambulante y en mercadillos cuenta con 1.822 actividades, un 5,0% sobre el conjunto de España.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CASTILLA-LA MANCHA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CASTILLA-LA MANCHA	22.026	4.079	708	223	204	20	1.822
CASTILLA-LA MANCHA/ESPAÑA (%)	4,3	4,1	5,4	3,9	4,2	3,9	5,0

CONSUMO ALIMENTARIO

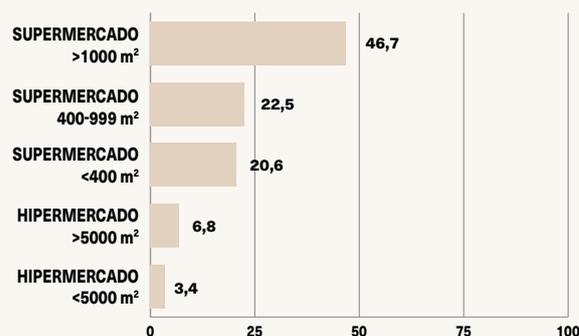
Durante el año 2023, Castilla-La Mancha registró un gasto per cápita en alimentación de 1.565,6 euros (un -9,5% inferior a la media nacional). Carne (22,2%), pescado (11,3%), frutas frescas (8,8%), derivados lácteos (7,6%), pan (4,5%), hortalizas frescas (6,4%), platos preparados (5,0%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,6%) 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 (4,1%), leche (10,7%), y carne (1,5%) mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-52,3%), frutos secos (-13,2%), aceite (-31,5%), huevos (-13,8%), derivados lácteos (-19,7%), hortalizas frescas (-13,3%), frutas frescas (-14,3%) o café e infusiones (-28,1%).

En términos medios, durante el año 2023 cada persona en Castilla-La Mancha consumió 125 huevos, 44,6 kilos de carne, 17,5 kilos de pescado, 70,3 litros de leche, 27,78 kilos de derivados lácteos, 27,2 kilos de pan, 7,5 litros de aceite, 20,2 litros de cerveza, 44,5 kilos de hortalizas frescas, 72,5 kilos de frutas frescas, 15,5 kilos de platos preparados, 68,7 litros de agua embotellada y 40,7 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 (13,5%), leche (11,8%), frutas y hortalizas transformadas

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CASTILLA LA MANCHA (%)

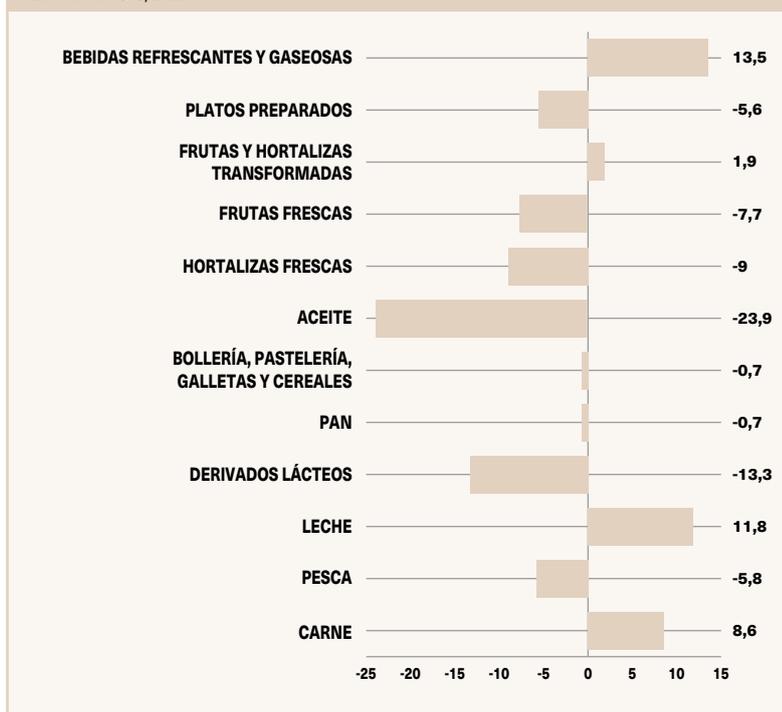


(1,9%), y carne (8,6%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en hortalizas frescas (-9,1%), aceite (-23,9%), derivados lácteos (-13,3%), frutas frescas (-7,7%), pesca (-5,8%) y platos preparados (-5,6%).

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	24,0	1,5	-13,8
CARNE	348,1	22,2	1,5
PESCA	176,5	11,3	-11,1
LECHE	68,0	4,3	10,7
DERIVADOS LÁCTEOS	119,7	7,6	-19,7
PAN	70,5	4,5	-2,1
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	71,9	4,6	-5,4
CHOCOLATES Y CACAOS	25,8	1,6	-10,4
ACEITE	30,6	2,0	-31,5
VINO	11,1	0,7	-52,3
CERVEZAS	29,1	1,9	-7,5
ZUMO Y NÉCTAR	06,3	0,4	-27,1
PATATAS	29,2	1,9	-12,0
HORTALIZAS FRESCAS	99,6	6,4	-13,3
FRUTAS FRESCAS	137,5	8,8	-14,3
FRUTOS SECOS	24,5	1,6	-13,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	29,7	1,9	-9,6
PLATOS PREPARADOS	79,0	5,0	-9,3
CAFÉS E INFUSIONES	22,7	1,5	-28,1
AGUA MINERAL	12,0	0,8	-9,6
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	42,0	2,7	4,1
OTROS PRODUCTOS	107,9	6,9	-13,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.565,6	100,0	-9,5

DESVIACIÓN DE CASTILLA LA MANCHA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CASTILLA-LA MANCHA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
5 litros de gaseosas y bebidas refrescantes	4 kilos de hortalizas frescas
7 litros total leche líquida	6 kilos de frutas frescas
4 litros de agua mineral	13 unidades de huevos
4 kilos de carne	4 kilos de derivados lácteos
2 kilos de carne fresca	2 kilos de patatas
2 kilo de carne de cerdo	3 litros de leches fermentadas
1 litro de cervezas	1 kilos de queso
1 kilo de carne transformadas	2 litros de aceite
1 litro batido de leche	2 litros de vino y derivados

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Los locales relacionados con actividades de restauración y bares son 9.745 (un 3,7% sobre el total nacional)

y se distribuyen principalmente en Toledo (31,7%), Ciudad Real (23,1%) 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	9.745	2.044	7.124	577	31.185
CASTILLA-LA MANCHA / ESPAÑA (%)	3,7	2,5	4,4	3,0	2,0

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

ALMANSA
 JUMILLA **
 LA MANCHA
 MANCHUELA
 MÉNTRIDA
 MONDÉJAR
 UCLÉS
 RIBERA DEL JÚCAR
 VALDEPEÑAS

PAGOS

CALZADILLA
 CAMPO DE LA GUARDIA
 CASA DEL BLANCO
 LOS CERRILLOS
 DEHESA DEL CARRIZAL
 DOMINIO DE VALDEPUSA
 FINCA ÉLEZ
 GUIJOSO
 LA JARABA
 PAGO FLORENTINO
 VALLEGARCIA
 EL VICARIO

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

CARNE DE ÁVILA **/
 CORDERO MANCHEGO
 CORDERO SEGREÑO **/

HORTALIZAS

AJO MORADO DE LAS PEDROÑERAS °
 BERENJENA DE ALMAGRO °
 MELÓN DE LA MANCHA °
 CEBOLLA DE LA MANCHA °

TURRONES, BOLLERÍA Y DULCES

MAZAPÁN DE TOLEDO °

HARINAS

PAN DE CRUZ DE CIUDAD REAL °

VINOS

VINOS DE LA TIERRA DE CASTILLA

FRUTOS SECOS

NUECES DE NERPIO **/°

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITES

ACEITE CAMPO DE CALATRAVA °
 ACEITE CAMPO DE MONTIEL °
 ACEITE DE LA ALCARRIA °
 MONTES DE TOLEDO °

QUESOS

QUESO MANCHEGO °

CONDIMENTOS

AZAFRÁN DE LA MANCHA °

JAMONES

GUIJUELO **/°

MIEL

MIEL DE LA ALCARRIA °

ARROCES

CALASPARRA **/°

ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO

MARCA DE CALIDAD

ACEITE CAMPO DE HELLÍN
 ACEITE VALLE DE LA ALCUDIA
 ACEITE DE LA ASOCIACIÓN SIERRA DE ALCARAZ
 CORDERO DE LA ALCARRIA
 CUEVA

AGRICULTURA ECOLÓGICA

PRODUCTOS DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CASTILLA-LA MANCHA

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CC AA / *** Denominación en proyecto / Inscrita en el Registro de la UE



CASTILLA Y LEÓN

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor alcanzado por la Renta Agraria de Castilla y León en 2023 fue de 3.029 millones de euros. La Producción Final Agraria (PFA) alcanzó un valor de 8.362 millones de euros, de los que 3.725 millones de euros correspondieron a la PFV y 4.342 millones a la Producción Final Ganadera (PFG). Además, a la producción final agraria se sumó la aportación de los servicios y las otras producciones agrarias, cuyo valor rondó los 295 millones de euros.

Los cereales generaron el 50% de la PFA, de ahí que su evolución negativa determinara el resultado final. La producción de cebada se redujo un 36% (en 2022 también descendió); la de centeno un 31%; la de avena un 18%; la de trigo un 34% y la de maíz un 2%.



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 a las oleaginosas. Ese año se dispararon las siembras y la producción de remolacha (una cosecha superior en un 77% a las del año anterior) y también fue positiva la evolución del girasol (41% más en volumen). No obstante, la cosecha de colza, que había repuntado en los últimos años, sufrió una caída importante (un 38% menos).

El sector vitivinícola es el cuarto en importancia, de cara al cálculo de la renta agraria regional. La producción resultó un 5% inferior, con algo más de 2,1 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 809.000 toneladas (14% más que en 2022). Otros cultivos hortícolas importantes fueron las cebollas (que también tuvieron buen año) y los ajos (cuya producción fue un 1% menor que la del año anterior).

Castilla y León tiene también una pequeña producción de aceite de oliva (1.000 toneladas en la campaña 2023/20, después de haber caído la producción sensiblemente en la campaña anterior).

De cara a la renta agraria, la importancia de la agricultura y de la ganadería en la región está muy equilibrada, pero en los últimos años la segunda gana sobre la primera por su positiva evolución en cuanto a precios y producciones. No obstante, las principales cabañas tuvieron en 2023 malos resultados. Así, el porcino, que aporta más de un tercio del valor de la producción ganadera, registró un retroceso de producción de carne de ovino, caprino y vacuno; mientras que aumentaron las producciones de pollo, conejo y equino.

Por su lado, la producción de leche de vaca disminuyó un 1%, hasta las 916.100 toneladas. Esta producción, que representó el 12% del total nacional, se entregó en su mayor parte (87%) a industrias lácteas de la misma comunidad.

Además, se produjeron también 265.800 toneladas de leche de oveja (la mayor producción de España,

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2022	2023
ACEITE DE OLIVA	0,6	1,02
AJOS	18	17,8
ALFALFA	1.726	1.602,0
AVENA	140,1	115,5
CEBADA	2.167	1.378,7
CEBOLLA	83,3	95,1
CENTENO	126,4	87
COLZA	119,3	74,3
GIRASOL	329,4	465,2
GUISANTES SECOS	41,50	38
LENTEJAS	5,7	4,8
MAÍZ	1.383,4	1.348,9
MANZANAS MESA	51,2	44,1
PATATAS	710,9	809,3
PERA	12,7	16,4
PUERRO	21,6	21,6
REMOLACHA AZUCARERA	1.351,5	2.387,10
TRIGO	2.629,5	1.738,7
TRITICALE	93	50,7
VINOS (miles de hl.)	2.294,5	2.180
ZANAHORIAS	169,9	177,5
CARNE DE AVES	141,8	153,93
CARNE DE CAPRINO	1,1	0,78
CARNE DE CONEJO	9	10
CARNE DE OVINO	38,1	32,06
CARNE DE PORCINO	650	608,6
CARNE DE VACUNO	119,7	116,8
CARNE DE EQUINO	0,5	0,7
LECHE DE CABRA	28	27,3
LECHE DE OVEJA	278,3	265,8
LECHE DE VACA	922,86	916,1
HUEVOS (Millones de docenas)	191,9	198,3

FUENTE: MAPA

aunque fue un 4% inferior a la de 2022) y 27.300 toneladas de leche de cabra, un 3% menos que un año antes. Dentro de las producciones ganaderas también destacaron los huevos (cuya producción se incrementó un 3% respecto al año anterior) y la miel, que tuvo un mal balance por los efectos de la sequía sobre la floración.

Con respecto al comercio exterior, las exportaciones agroalimentarias de Castilla y León crecieron un 9% en 2023 hasta alcanzar un valor de 3.368,6 millones de euros (el 4,8% del total nacional). ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN (Millones de Euros)		
Subsectores	CASTILLA Y LEÓN Cifra de Negocio	% CASTILLA Y LEÓN/ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	12.305	9
Industria cárnica	3.631,6	11,4
Industria de Pescado	334,7	4,6
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	700,8	6,1
Aceites y Grasas	42,9	0,4
Productos Lácteos	1.617,3	15,8
Molinería y almidones	373,1	8,6
Panadería y pastas alimenticias	1.321,4	14,3
Azúcar	288,9	60,2
Cacao, Chocolate y confitería	77,5	2,1
Café, Té e infusiones	252,1	9,5
Espesias, salsas y condimentos	S/D	S/D
Platos y comidas preparadas	189,4	7,7
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos diversos	175,7	5,9
Productos alimentación animal	1.980,1	12
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	158,0	11,8
Vinos	897,5	12,1
Sidra y otras bebidas fermentadas	0	0
Cerveza y malta	22,7	0,6
Bebidas no alcohólicas	180,4	3,4

FUENTE: MAPA. Datos de 2021

CASTILLA Y LEÓN. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS	
Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	719
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	14
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	70
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	21
Fabricación de productos lácteos	142
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	51
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	974
Fabricación de otros productos alimenticios	135
Fabricación de productos para alimentación animal	91
Fabricación de bebidas	650
TOTAL	2.867

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Castilla y León cuenta con 2.390.452 habitantes y una extensión de 93.900 km², un 4,9% y un 18,6% sobre el total nacional, respectivamente. León, Valladolid, Salamanca y Burgos son las cuatro provincias que superan los 300.000 habitantes. En función del gasto medio por persona, y comparado con los niveles nacionales, Castilla y León tiene un poder de compra ligeramente superior a la media nacional (cerca de 3,2 puntos).

En Castilla y León se cuantifican 5.663 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación.

Valladolid tiene el 20,1%; León llega al 18,8%; Salamanca cuenta con un 13,9%; Burgos tiene el 14,6%; Palencia un 6,7%; Ávila un 7,6%; Zamora un 7,7%; Segovia un 6,8%; y, por último, Soria un 3,8%.

En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 1.266 supermercados y 24 hipermercados (estos 1.290 establecimientos ocupan 754.034 m² y suponen una densidad comercial de 315,4 m² por 1.000 habitantes). Castilla y León cuenta con 1.397 actividades de comercio ambulante y mercadillos, el 3,8% del total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CASTILLA Y LEÓN

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CASTILLA Y LEÓN	26.413	5.663	690	339	237	24	1.397
CASTILLA Y LEÓN/ ESPAÑA (%)	5,2	5,8	5,3	5,9	4,9	4,7	3,8

CONSUMO ALIMENTARIO

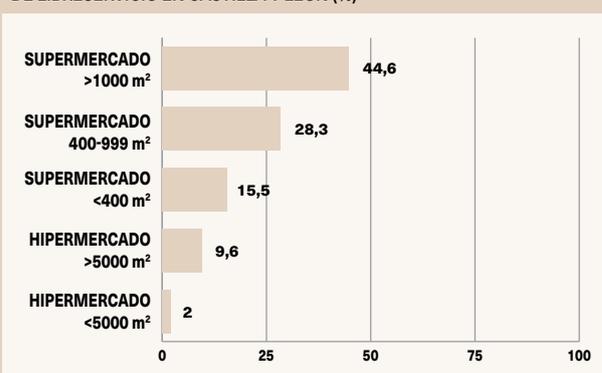
Durante el año 2023, Castilla y León registró un gasto per cápita en alimentación de 1.766,5 euros (un 2,1% superior a la media nacional). Carne (22,7%), pescado (12,3%), frutas frescas (9,6%), derivados lácteos (7,5%), pan (4,6%), hortalizas frescas (6,3%) y leche (4,5%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de Castilla y León cuentan con un gasto superior en leche (29,6%), aceite (12,1%), carne (16,8%), pescado (9,2%) y pan (13,7%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-25,5%), cervezas (-17,6%), agua mineral (-30,4%), zumo y néctar (-21,3%), patatas (-9,0%), bebidas refrescantes y gaseosas (-20,3%) y platos preparados (-18,7%).

En términos medios, durante el año 2023 cada persona en Castilla y León consumió 145 huevos, 48,3 kilos de carne, 21,7 kilos de pescado, 82,8 litros de leche, 30,3 kilos de derivados lácteos, 31,8 kilos de pan, 11,4 litros de aceite, 15,4 litros de cerveza, 49,5 kilos de hortalizas frescas, 89,2 kilos de frutas frescas, 14,2 kilos de platos preparados, 49,2 litros de agua embotellada y 28,5 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Castilla y León se consume, en términos per cápita, una

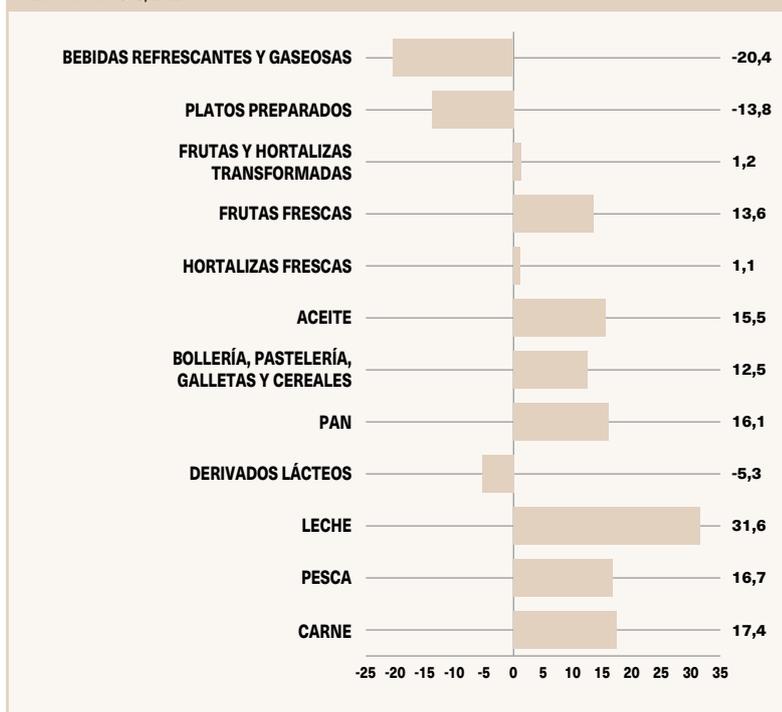
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CASTILLA Y LEÓN (%)



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CASTILLA Y LEÓN (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	28,6	1,6	2,7
CARNE	400,6	22,7	16,8
PESCA	216,9	12,3	9,2
LECHE	79,6	4,5	29,6
DERIVADOS LÁCTEOS	132,8	7,5	-11,0
PAN	81,8	4,6	13,7
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	81,0	4,6	6,6
CHOCOLATES Y CACAOS	29,5	1,7	2,5
ACEITE	50,2	2,8	12,1
VINO	17,3	1,0	-25,5
CERVEZAS	25,9	1,5	-17,6
ZUMO Y NÉCTAR	06,7	0,4	-21,3
PATATAS	30,2	1,7	-9,0
HORTALIZAS FRESCAS	111,3	6,3	-3,1
FRUTAS FRESCAS	168,8	9,6	5,2
FRUTOS SECOS	24,4	1,4	-13,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	32,8	1,9	0,1
PLATOS PREPARADOS	70,8	4,0	-18,7
CAFÉS E INFUSIONES	26,8	1,5	-15,4
AGUA MINERAL	09,2	0,5	-30,4
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	32,2	1,8	-20,3
OTROS PRODUCTOS	109,2	6,2	-12,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.766,5	100,0	2,1

DESVIACIÓN DE CASTILLA Y LEÓN CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



mayor cantidad de leche (31,6%), aceite (15,5%), pan (16,1%), carne (17,4%), pescado (16,7%) y frutas frescas (13,6%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-20,4%), platos preparados (-13,8%) y derivados lácteos (-5,3%).

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CASTILLA Y LEÓN EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
20 litros de leche	7 litros de bebidas refrescantes
7 unidades de huevos	16 litros de agua mineral
11 kilos de frutas frescas	1 kilos de patatas
7 kilos de carne fresca	4 litros de cerveza
4 kilos de pan	2 kilos de derivados lácteos
3 kilos de pescado	2 kilos de platos preparados
2 litros de aceite	1 kilo de queso
1 kilos de carne de vacuno	1 kilo de arroz
3 kilos de carne de cerdo	1 litro de vino y derivados
2 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	
1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos	

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Hay 14.408 licencias concedidas para actividades de restauración y bares que suponen un 5,5% sobre el conjunto del país, lo que sitúa a Castilla y León entre las primeras comunidades autónomas con ma-

yor número de establecimientos. En cuanto al equipamiento en restaurantes, bares y hoteles, Castilla y León ocupa una posición intermedia en el conjunto nacional. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CASTILLA Y LEÓN

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CASTILLA Y LEÓN	14.408	2.654	11.222	532	54.995
CASTILLA Y LEÓN/ ESPAÑA (%)	5,5	3,3	6,9	2,8	3,6

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

VINOS

ARLANZA
ARRIBES
BIERZO
CIGALES
RIBERA DEL DUERO
RUEDA
TIERRA DE LEÓN
TIERRA DEL VINO DE ZAMORA
TORO
VINO DE PAGO. URIEÑA
VINO DE PAGO. DEHESA PEÑALBA
VINO DE PAGO. ABADÍA DE RETUERTA
SIERRA DE SALAMANCA
VALLES DE BENAVENTE
VALTIENDAS
CEBREROS

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

JAMONES

GUIJUELO **/

QUESOS

QUESO ZAMORANO *

FRUTAS

MANZANA REINETA DEL BIERZO

PRODUCTOS LÁCTEOS

MANTEQUILLA DE SORIA *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

LEGUMBRES

ALUBIA DE LA BAÑEZA-LEÓN *
GARBANZO DE FUENTESAÚCO *
JUDÍAS DE EL BARCO DE ÁVILA *
LENTEJA DE LA ARMUÑA *
LENTEJA DE TIERRA DE CAMPOS *

HORTALIZAS

PIMIENTO ASADO DEL BIERZO *
PIMIENTO DE FRESNO-BENAVENTE *

EMBUTIDOS

BOTILLO DEL BIERZO
CHORIZO DE CANTIMPALOS
MORCILLA DE BURGOS

SALAZONES

CECINA DE LEÓN *

BOLLERÍA Y DULCES

MANTECADAS DE ASTORGA *

QUESOS

QUESO DE VALDEÓN *
QUESO LOS BEYOS **
QUESO CASTELLANO

CARNES

CARNE DE ÁVILA **/ *
CARNE DE SALAMANCA *
LECHAZO DE CASTILLA Y LEÓN *
TERNERA DE ALISTE

MARCAS DE CALIDAD

CARNES

CARNE DE CERVERA Y DE LA MONTAÑA PALENTINA
COCHINILLO DE SEGOVIA
TERNERA CHARRA

HARINAS Y DERIVADOS

HORNAZO DE SALAMANCA
TORTA ARANDA
HARINA TRADICIONAL ZAMORANA
PAN DE VALLADOLID
FABIOLA DE VALENCIA

FRUTAS Y HORTALIZAS

CASTAÑA DEL BIERZO
CEREZA DE LAS CADERECHAS
ESPÁRRAGO DE TUDELA DE DUERO
PERA CONFERENCIA DEL BIERZO

MANZANA REINETA DE LAS CADERECHAS

SETAS DE CASTILLA Y LEÓN

CEREZA DEL BIERZO

HIGO DE GREDOS

LEGUMBRES

GARBANZO DE PEDROSILLO

JUDIÓN DE LA GRANJA

GARBANZO DE VALSECA

SALAZONES Y EMBUTIDOS

CECINA DE CHIVO DE VEGACERVERA

CHORIZO ZAMORANO

IBÉRICOS DE SALAMANCA

CHORIZO DE LEÓN

TORREZNO DE SORIA

QUESOS

QUESO ARIBES DE SALAMANCA

VINOS DE LA TIERRA

VINO DE LA TIERRA DE CASTILLA Y LEÓN

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



CATALUÑA



AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de Cataluña ascendió en 2023 a 6.510 millones de euros. La Producción Final Vegetal (PFV) aportó 1.825 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) otros 4.577 millones de euros. El resto de la PFA lo aportaron otras producciones agrarias y el sector servicios agrarios (unos 108,5 millones de euros).

Una vez descontados los consumos intermedios, que subieron, se desprende el valor de la Renta Agraria, que ascendió a 2.091 millones de euros.

El sector ganadero lidera con mucho la PFA catalana, aportando en 2023 en torno al 70% del total. El subsector que más aporta a la producción es, con mucha diferencia respecto al resto, el porcino (casi la mitad del valor de la PFG).

En 2023 se produjo una caída de la producción de carne de porcino (5%), hasta situarse en 1,9 millones de toneladas. Cataluña es la primera productora de carne, pero no la que tiene el mayor censo de porcino.

A mucha distancia del porcino se situó la producción de carne de pollo, que creció moderadamente (2%), al igual que la carne de ovino (4%), caprino (3%).

Por el contrario, el resto de las producciones cárnicas (vacuno, equino y conejos) tuvieron un mal año en producción.

En cuanto al sector lácteo, la producción de leche de vaca se incrementó un 1% hasta las 738.900 toneladas, pero los precios fueron mejores que un año antes. La producción de leche de vaca catalana se complementó con las aportaciones de leche de cabra y de oveja. La primera se mantuvo con respecto al año anterior y la segunda, mucho menos importante, se redujo un 10% y quedó por debajo de las 1.000 toneladas. Finalmente, la producción de huevos se redujo un 3%.

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 mejores que las del año anterior, que fueron malas) y lo mismo sucedió con las producciones de cereza (aumentó un 36%). Por su lado, fue peor que en la anterior campaña la producción de mandarina, pero no así la de naranja. En cuanto a las frutas de pepita, tanto en manzana, como en pera aumentaron las cosechas.

En cuanto a las hortalizas, aunque con excepciones fueron peores las cosechas, especialmente para el to-

mate (22%), las lechugas, el calabacín, las judías verdes o la cebolla.

La producción de vino registró un descenso del 24% con respecto al año anterior (se produjeron algo más de 2 millones de hectolitros). La mayor parte de la producción procedía de bodegas amparadas por una denominación de origen.

Como en 2022, en el sector de los cereales hubo peores cosechas (trigo, cebada, maíz, arroz, etc.). Finalmente, la producción de aceite en la campaña 2023/24 se disparó y superó en un 134% la del año anterior, que fue muy mala.

En cuanto al comercio exterior, de nuevo en 2023 Cataluña fue comunidad que más productos agroalimentarios exportó. Cataluña registró en 2023 un incremento del 2,5% en sus exportaciones, hasta alcanzar un valor de 15.327 millones de euros, el 22% del total nacional.

PESCA EN CATALUÑA

La flota pesquera catalana estaba compuesta en 2023 por 617 embarcaciones (20 menos que un año antes), lo que representa el 7,2% del total español. Su arqueo llegaba a 16.201 GT (5% del total), una potencia de 71.065 KW (9,43% del total). La antigüedad media de todos estos buques era de 34 años y la eslora promedio de 13,8 metros.

En 2023, Cataluña tenía 30 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional. Ese año, las capturas de la flota pesquera de Cataluña llegaron a 16.560 toneladas, un 22% menos que en el año anterior. El valor de esa pesca se elevó a 89 millones de euros y la provincia con mayor volumen de pesca fue Tarragona. El grueso de estas capturas eran peces, especialmente boquerón y sardina.

En Cataluña hay 40 puertos pesqueros y 19 lonjas de primera venta. Los puertos más importantes son los de Tarragona, Vilanova y la Geltrú, Barcelona y Blanes.

Igualmente, las producciones acuícolas catalanas sumaron en 2023 un total de toneladas, 7.721 entre peces (4.737,6 toneladas) y moluscos (mejillones, principalmente). La producción, cuyo valor se calculó en 52.238 euros, fue muy inferior a la del año anterior, especialmente en el grupo de los peces.

Según datos del INE, había en Cataluña 2023 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	2022	2023
ACEITE DE OLIVA	13,9	32,5
ALCACHOFAS	11	7,2
ALMENDRAS CÁSCARA	9,7	24,5
ARROZ CÁSCARA	132,30	108,9
AVELLANA CÁSCARA	7,4	6,4
CALABACÍN	6,5	5,3
CEBADA	542,7	290,8
CEBOLLAS	34,9	25,3
CEREZAS	6,7	9,1
COLIFLORES	8,9	9
COLZA	47,3	29,6
JUDÍAS VERDES	4,3	3,4
LECHUGAS	19,3	15,9
MAÍZ	404	146
MANDARINAS-CLEMENTINAS	80,6	72,6
MANZANA DE MESA	217,3	265,5
MELOCOTONES	116,8	234,3
MELONES	3,6	3,6
NARANJAS	26,9	37,3
NECTARINAS	58,8	200,7
PATATAS	19,4	14,4
PEPINO	6	5,9
PERAS	96	125,9
SANDÍAS	7,3	7,2
TOMATES	35,9	28,0
TRIGO	358,7	186,2
VINOS (miles de hl.)	2.707	2.060
CARNE DE AVES	353,8	360,9
CARNE DE CONEJO	7,9	5,9
CARNE DE EQUINO	0,38	0,3
CARNE DE CAPRINO	0,34	0,4
CARNE DE OVINO	13,4	13,9
CARNE DE PORCINO	2.057	1.947,1
CARNE DE VACUNO	135,1	131,2
LECHE DE CABRA	4,7	4,7
LECHE DE OVEJA	1	0,9
LECHE DE VACA	735,21	738,9
HUEVOS (Millones de docenas)	102,9	99,4
FUENTE: MAPA	97,1	88,5

FUENTE: MAPA

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Cataluña es la segunda comunidad autónoma en número de habitantes –8.021.153, un 16,5% sobre el total nacional–. Barcelona cuenta con más del 70% de la población. Esta comunidad autónoma tiene una extensión de 32.140 km². El gasto medio por persona de los consumidores catalanes está un 5,5% por encima de la media nacional.

Los locales especializados en la distribución de alimentación en Cataluña se cifran en 18.531 (un 18,9% sobre el total nacional); Barcelona tiene el 72,9%; Girona, el 11,5%; Tarragona, el 9,9%; y Lleida, el 5,7%. Cataluña cuenta con 4.495 supermercados y 79 hipermercados; estos 4.544 establecimientos ocupan 2.452.684 m² y suponen una densidad comercial de 305,8 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades para la venta ambulante y en mercadillos suman 6.240, un 17,1% sobre el total nacional. ■

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN CATALUÑA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
CATALUÑA	84.631	18.531	2.747	1.023	725	79	6.240
CATALUÑA/ESPAÑA (%)	16,7	18,9	21,0	17,9	15,0	15,4	17,1

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	31.729	23,3
Industria cárnica	10.770,0	33,7
Industria de Pescado	318,0	4,4
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	1.053,0	9,1
Aceites y Grasas	2.742	22,8
Productos Lácteos	864,0	8,4
Molinería y almidones	762,0	17,5
Panadería y pastas alimenticias	1.778,0	19,3
Azúcar	32,0	6,6
Cacao, Chocolate y confitería	1.222,0	32,9
Café, Té e infusiones	1.621,0	61,4
Espicias, salsas y condimentos	60,0	4,2
Platos y comidas preparadas	1.307,0	52,8
Preparados alimenticios homogeneizados	380,0	38,0
Otros productos diversos	648,0	21,8
Productos alimentación animal	5.392,0	31,9
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	202,0	15
Vinos	1.283,0	17,3
Sidra y otras bebidas fermentadas	14,0	10,2
Cerveza y malta	304,0	8,1
Bebidas no alcohólicas	980,0	18,3

FUENTE: MAPA. Datos de 2021



CATALUÑA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	487
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	48
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	123
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	183
Fabricación de productos lácteos	179
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	49
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	1.084
Fabricación de otros productos alimenticios	689
Fabricación de productos para alimentación animal	123
Fabricación de bebidas	752
TOTAL	3.717

FUENTE: INE.

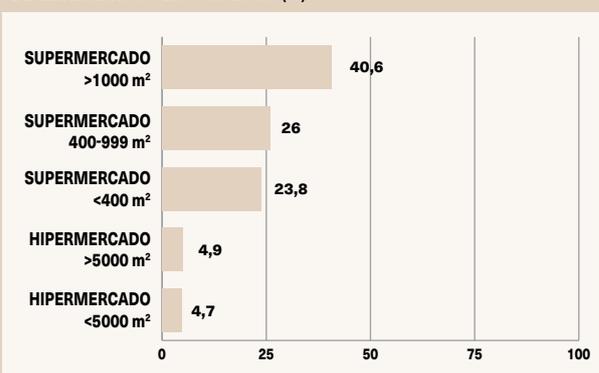
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2023, Cataluña registró un gasto per cápita en alimentación de 2.001,1 euros (un 15,6% superior a la media nacional). Carne (19,4%), pescado (11,3%), frutas frescas (9,2%), derivados lácteos (8,7%), hortalizas frescas (7,3%), pan (3,7%) y platos preparados (5,7%) 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 (45,3%), vino (51,7%), platos preparados (31,3%) y cafés e infusiones (34,8%), mientras que, por el contrario, gastan menos tan solo en leche (-11,4%).

En términos medios, durante el año 2023 cada persona en Cataluña consumió 141 huevos, 43,8 kilos de carne, 19,1 kilos de pescado, 54,0 litros de leche, 34,3 kilos de derivados lácteos, 26,4 kilos de pan, 10,2 litros de aceite, 18,0 litros de cerveza, 59,1 kilos de hortalizas frescas, 85,3 kilos de frutas frescas, 20,9 kilos de platos preparados, 92,8 litros de agua embotellada y 36,5 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

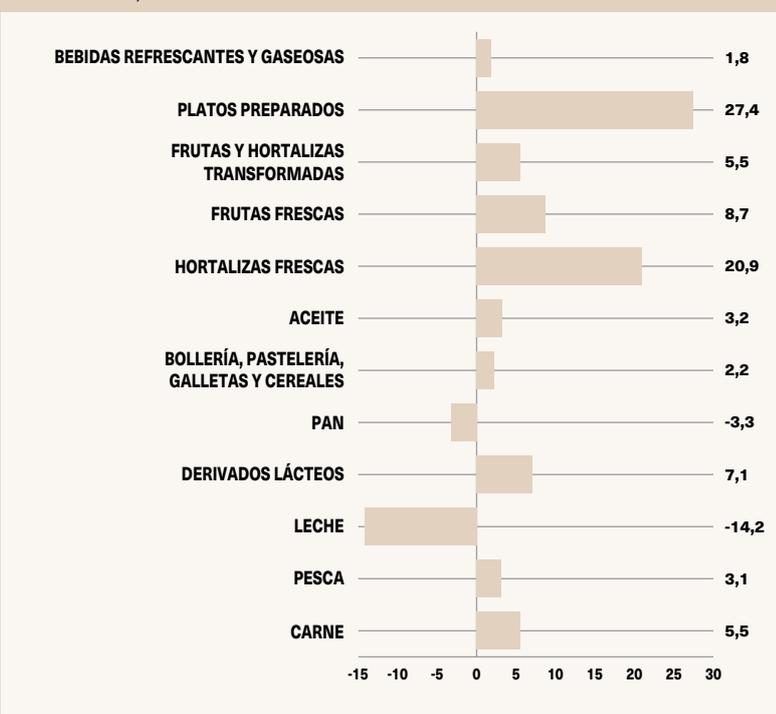
SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN CATALUÑA (%)



Tomando como referencia la media nacional, en Cataluña se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de platos preparados (27,4%), hortalizas frescas (20,9%), frutas frescas (8,7%), derivados lácteos (7,1%), carne (5,5%) y frutas y hortalizas transformadas (5,5%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en leche (-14,2%) y pan (-3,3%).

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN CATALUÑA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	29,3	1,5	5,0
CARNE	387,8	19,4	13,1
PESCA	225,3	11,3	13,5
LECHE	54,4	2,7	-11,4
DERIVADOS LÁCTEOS	174,4	8,7	16,9
PAN	73,4	3,7	2,0
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	86,5	4,3	13,8
CHOCOLATES Y CACAOS	30,6	1,5	6,3
ACEITE	49,0	2,4	9,6
VINO	35,2	1,8	51,7
CERVEZAS	33,6	1,7	6,9
ZUMO Y NÉCTAR	10,8	0,5	25,6
PATATAS	36,2	1,8	9,0
HORTALIZAS FRESCAS	146,2	7,3	27,3
FRUTAS FRESCAS	183,4	9,2	14,2
FRUTOS SECOS	36,6	1,8	29,9
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	35,8	1,8	9,2
PLATOS PREPARADOS	114,3	5,7	31,3
CAFÉS E INFUSIONES	42,7	2,1	34,8
AGUA MINERAL	19,2	1,0	45,3
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	45,0	2,2	11,5
OTROS PRODUCTOS	151,5	7,6	21,6
TOTAL ALIMENTACIÓN	2.001,1	100,0	15,6

DESVIACIÓN DE CATALUÑA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023


HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares cuentan con 42.894 locales –un 16,3% sobre el total nacional– y se dis-

tribuyen en un 69,1% para Barcelona, 12,9% para Girona, 12,0% para Tarragona y 6,0% para Lleida. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN CATALUÑA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
CATALUÑA	42.894	15.821	23.391	3.682	254.252
CATALUÑA/ESPAÑA (%)	16,3	19,5	14,3	19,4	16,6

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CATALUÑA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
28 litros de agua mineral	9 litros de leche líquida
10 kilos de hortalizas frescas	3 litros de leche desnatada
7 kilos de frutas frescas	3 litros de leche semidesnatada
5 kilos de platos preparados	1 kilos de pan
3 unidades de huevos	1 litros de cerveza
3 litros de vino y derivados	
2 kilos de carne fresca	
2 kilos de derivados lácteos	
1 kilo de mariscos, moluscos y crustáceos	
1 kilo de pastas alimenticias	
1 kilo de carne de cerdo	
1 kilo de aceitunas	

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE CATALUÑA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

ALELLA

CATALUÑA

CAVA **

CONCA DE BARBERÀ

COSTERS DEL SEGRE

EMPORDÀ

PENEDÈS

PLA DE BAGES

PRIORAT (DOCA)

TARRAGONA

TERRA ALTA

MONTSANT

INDICACIONES GEOGRÁFICAS
PROTEGIDAS

CARNES

POLLASTRE I CAPÓ DEL PRAT *
(POLLO Y CAPÓN DEL PRAT)VEDELLA DELS PIRINEUS CATALANS *
(TERNERA DE LOS PIRINEOS CATALANES)

GALL DEL PENEDES *

EMBUTIDOS

LLONGANISSA DE VIC *
(SALCHICHÓN DE VIC)

FRUTAS

POMA DE GIRONA *
(MANZANA DE GIRONA)CLEMENTINES DE LES TERRES DE L'EBRE *
(CLEMENTINAS DE LAS
TIERRAS DEL EBRO)

HARINAS

PA DE PAGÈS CATALÀ *

HORTALIZAS

CALÇOT DE VALLS *

PATATES DE PRADES *
(PATATAS DE PRADES)

TURRÓN, BOLLERÍA Y DULCES

TORRÓ D'AGRAMUNT *
(TURRÓN DE AGRAMUNT)

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

RATAFÍA CATALANA *

BRANDY DEL PENEDES *

PRODUCCIÓN INTEGRADA

ACEITUNAS

CÍTRICOS

FRUTAS DE PEPITA

FRUTOS SECOS

FRUTA DE HUESO

PRODUCTOS HORTÍCOLAS

PRODUCTOS DE LA VIÑA

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSELL CATALÀ DE LA PRODUCCIÓ AGRÀRIA
ECOLÒGICAMARCA DE CALIDAD
ALIMENTARIA

MARCA «Q»

BOMBONES DE CHOCOLATE

CAPÓN

CERDO

CONEJO

CORDERO

GALLETAS

PESCADO AZUL

POLLO

QUESO

TERNERA

TURRONES DE PRALINÉ Y
TRUFADOS DE CHOCOLATEDENOMINACIONES DE ORIGEN
PROTEGIDAS

ACEITES

LES GARRIGUES

SIURANA

OLI DE TERRA ALTA *
(ACEITE DE TERRA ALTA)OLI DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ *
(ACEITE DEL BAIX EBRE-MONTSIÀ)OLI DE L'EMPORDÀ *
(ACEITE DEL EMPORDÀ)

ARROCES

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

FRUTAS

PERA DE LLEIDA *

FRUTOS SECOS

AVELLANA DE REUS

QUESOS

FORMATGE DE L'ALT URGELL I LA Cerdanya *
(QUESO DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

PRODUCTOS LÁCTEOS

MANTEGA DE L'ALT URGELL I LA Cerdanya *
(MANTEQUILLA DE L'ALT URGELL Y LA CERDANYA)

LEGUMBRES

MONGETA DEL GANXET *
FESOLS DE SANTA PAU *ESPECIALIDAD TRADICIONAL
GARANTIZADA

JAMÓN SERRANO *

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CC.AA. / Inscrita en el Registro de la UE / DOCA: Denominación de Origen Calificada



COMUNIDAD DE MADRID



AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de la Comunidad de Madrid ascendió en 2023 a 377,7 millones de euros, de los que 199,4 millones correspondieron a la aportación de la Producción Final Vegetal (PFV) y 162,2 a las producciones ganaderas (PFG). El resto de la PFA (16,2 millones de euros) fueron 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 156 millones de euros expresados a precios corrientes.

A efectos de calcular la renta agraria madrileña, el mayor peso corresponde al sector agrícola. Dentro de la ganadería destaca la producción de carne y, en concreto, las de vacuno y porcino.

En el año 2023, la producción de carne de vacuno de la Comunidad de Madrid bajó hasta las 37.300 toneladas, un 13% menos que en 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 5,8% del total nacional.

Por su lado, la producción de carne de porcino se redujo tras el aumento del año precedente (22%, hasta

26.200 toneladas) y lo mismo sucedió con la producción de carne de ovino (en porcentaje descendió un 28%, aunque su volumen no es muy grande) y con la carne de caprino (un 50% menos que en el año anterior). Solamente la carne de ave mantuvo su saldo positivo en 2023, al aumentar un 1% su producción hasta alcanzar las 52.400 toneladas.

Dentro de la PFG tiene mucha importancia la producción de leche. En 2023 se redujo un 2% la producción de leche de vaca hasta las 54.700 toneladas. Madrid aportó el 1% de la producción nacional de leche de vaca, pero casi el 75% de esa producción se lleva a industrias de otras regiones. Además de leche de vaca, se produjeron 3.560 toneladas de leche de oveja (2% más) y 4.360 toneladas de leche de cabra (2% menos). El grueso de estas producciones lácteas se destinó a la elaboración de quesos. Finalmente, la producción de huevos se mantuvo en los mismos niveles del año anterior (21,6 millones de docenas).

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 mucho peores que las de 2022. Por su parte, en las hortalizas destacaron las caídas de cosecha en melones, pepinos, cebollas y ajos.

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN MADRID

(Millones de Euros)		
Subsectores	MADRID	% MADRID/ ESPAÑA
	Cifra de Negocio	Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria		
Industria cárnica	1.621,4	5,1
Industria de Pescado	113,3	1,6
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	1.006,8	8,7
Aceites y Grasas	431,8	3,6
Productos Lácteos	453,4	4,4
Molinería y almidones	12	0,3
Panadería y pastas alimenticias	835,7	9
Azúcar	2	0,4
Cacao, Chocolate y confitería	57,6	1,5
Café, Té e infusiones	45	1,7
Espicias, salsas y condimentos	13,1	1
Platos y comidas preparadas	64,9	2,6
Preparados alimenticios homogeneizados	135,3	13,5
Otros productos alimenticios	201	6,8
Productos alimentación animal	431,9	2,6
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	S/D	S/D
Vinos	207,5	2,8
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	1.538,6	41,1
Bebidas no alcohólicas	7,7	0,1

FUENTE: MAPA. Datos de 2021

La producción de vino se redujo un 30%, hasta los 48.700 hectolitros, de los que más de la mitad fueron amparados por la Denominación de Origen Protegida (DOP) Vinos de Madrid. La Comunidad de Madrid cuenta con una superficie de viñedo de casi 10.500 hectáreas.

Asimismo, hay 28.700 hectáreas de olivar destinado a la producción de aceite y en la campaña 2023/24, la producción rondó las 3.200 toneladas, un 60% más que en el año anterior.

En 2023 volvieron a subir las exportaciones agroalimentarias de Madrid, manteniendo constante el crecimiento que iniciaron hace ya varios años. Se alcanzó un valor de 2.637,2 millones de euros, con un aumento del 15,2% respecto al año anterior. La Comunidad de Madrid representó el 3,8% de todo el comercio agroalimentario de España. ■

MADRID. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	161
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	31
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	62
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	50
Fabricación de productos lácteos	64
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	8
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	543
Fabricación de otros productos alimenticios	311
Fabricación de productos para alimentación animal	36
Fabricación de bebidas	232
TOTAL	1.498

FUENTE: INE.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2022	2023
ACEITE DE OLIVA	2	3,2
AJO	14	8,7
AVENA	11,6	4,2
CEBADA	115,5	29,3
CEBOLLA	58,2	49,7
MAÍZ	57,2	46,1
MELÓN	3,2	1,2
PATATAS	8,0	10,9
PEPINO	6,5	3
PIMIENTO	0,1	0,4
TRIGO	78,2	26,8
VINOS (miles de hl.)	69,9	48,7
CARNE DE AVES	51,8	52,4
CARNE DE CAPRINO	0,12	0,06
CARNE DE OVINO	1,46	0,9
CARNE DE PORCINO	33,6	26,2
CARNE DE VACUNO	42,8	37,3
LECHE DE CABRA	4,46	4,36
LECHE DE OVEJA	3,48	3,56
LECHE DE VACA	55,8	54,7
HUEVOS (Millones de docenas)	21,6	21,6

FUENTE: MAPA

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Madrid es la tercera comunidad española en población y los 7.002.363 habitantes que tiene representan un 14,4% del total nacional. Existe una elevada densidad de habitantes por km², aproximadamente, unos 873. La distribución de los ingresos, en función del gasto medio por persona, indica que el poder de compra de los madrileños es superior a la media nacional en casi 12 puntos.

En esta comunidad autónoma se alcanzan 10.724 establecimientos relacionados con la distribución de alimentación. Los supermercados e hipermercados suman 2.287 establecimientos que suponen 1.710.442 m²; con ello, la densidad comercial llega a los 244,3 m² por cada 1.000 habitantes –resulta ser la menor a nivel nacional-. Las actividades para venta ambulante y en mercadillos se cifran en 2.622, un 7,2% sobre el conjunto de España.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN MADRID

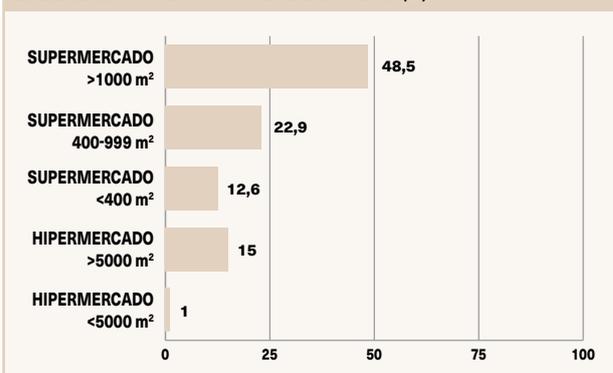
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
MADRID	57.639	10.724	1.025	621	583	58	2.622
MADRID/ESPAÑA (%)	11,4	10,9	7,9	10,8	12,1	11,3	7,2

CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2023, la Comunidad de Madrid registró un gasto per cápita en alimentación de 1.663,6 euros (un -3,9% inferior a la media nacional). Carne (20,6%), pescado (11,6%), frutas frescas (9,2%), derivados lácteos (8,3%), hortalizas frescas (6,2%), platos preparados (5,8%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,7%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de la Comunidad de Madrid cuentan con un gasto

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN COMUNIDAD DE MADRID (%)



superior en platos preparados (10,3%), cervezas (11,1%), leche (4,1%), bollería, pastelería, galletas y cereales (3,6%) y frutas y hortalizas transformadas (1,9%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-64,0%), pan (-14,9%), patatas (-8,8%), chocolates y cacao (-12,7%) y pesca (-3,2%).

En términos medios, durante el año 2023 cada persona en la Comunidad de Madrid consumió 132 huevos, 39,9 kilos de carne, 17,5 kilos de pescado, 66,4 litros de leche, 29,6 kilos de derivados lácteos, 23,8 kilos de pan, 8,9 litros de aceite, 19,9 litros de cerveza, 44,4 kilos de hortalizas frescas, 75,0 kilos de frutas frescas, 18,1 kilos de platos preparados, 19,3 litros de agua embotellada y 33,5 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

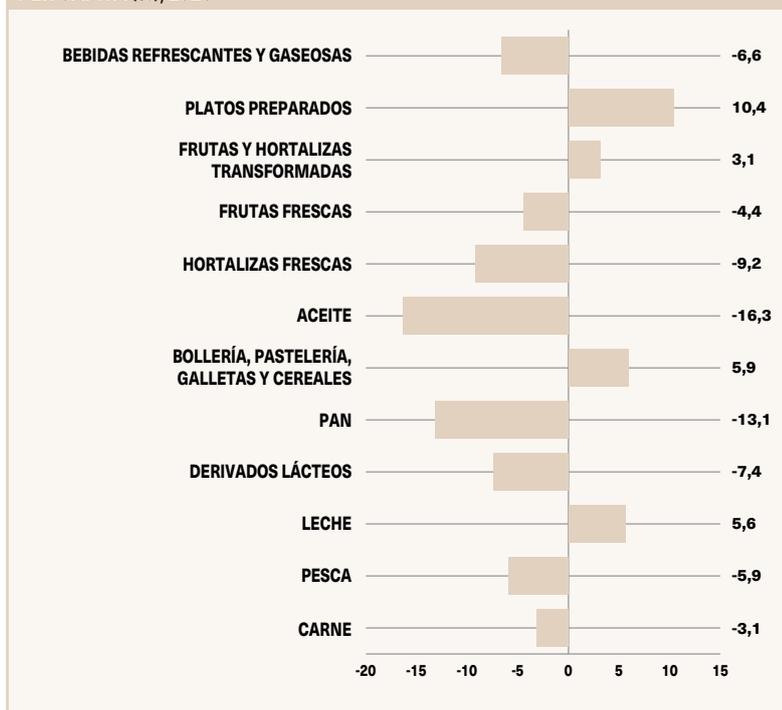
Tomando como referencia la media nacional, en la Comunidad de Madrid se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de platos preparados (10,4%), frutas y hortalizas transformadas (3,3%), bollería, pastelería,



ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN MADRID (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	26,2	1,6	-6,1
CARNE	342,3	20,6	-0,2
PESCA	192,2	11,6	-3,2
LECHE	63,9	3,8	4,1
DERIVADOS LÁCTEOS	138,8	8,3	-6,9
PAN	61,2	3,7	-14,9
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	78,7	4,7	3,6
CHOCOLATES Y CACAOS	25,1	1,5	-12,7
ACEITE	39,2	2,4	-12,3
VINO	19,1	1,1	-17,9
CERVEZAS	35,0	2,1	11,1
ZUMO Y NÉCTAR	08,5	0,5	-0,4
PATATAS	30,3	1,8	-8,8
HORTALIZAS FRESCAS	103,1	6,2	-10,3
FRUTAS FRESCAS	152,3	9,2	-5,1
FRUTOS SECOS	25,6	1,5	-9,1
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	33,4	2,0	1,9
PLATOS PREPARADOS	96,0	5,8	10,3
CAFÉS E INFUSIONES	29,1	1,7	-8,1
AGUA MINERAL	04,8	0,3	-64,0
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	38,4	2,3	-4,7
OTROS PRODUCTOS	120,3	7,2	-3,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.663,6	100,0	-3,9

DESVIACIÓN DE MADRID CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



galletas y cereales (5,9%) y leche (5,6%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pan (-13,1%), aceite (-16,3%), derivados lácteos (-7,4%), hortalizas frescas (-9,2%), pesca (-5,9%), carne (-3,1%), bebidas refrescantes y gaseosas (-6,6%) y frutas frescas (-4,4%).



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN MADRID EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
4 litros de leche líquida	45 litros de agua mineral
2 kilos de platos preparados	6 unidades de huevos
1 kilos de carne de vacuno	4 kilos de pan
1 kilo de bollería, pastelería, galletas y cereales	1 kilos de patatas
1 litro de cervezas	2 kilos de derivados lácteos
	5 kilos de hortalizas frescas
	3 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

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN MADRID

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
MADRID	28.828	9.926	16.124	2.778	118.388
MADRID/ESPAÑA (%)	10,9	12,2	9,9	14,7	7,7

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Hay 28.828 actividades relacionadas con servicios de hostelería y restauración –un 10,9% del total nacional–, lo que convierte a la Comunidad de Madrid en una de las comunidades con mayor dotación en este

tipo de establecimientos. El equipamiento de restaurantes, bares y hoteles sitúan a esta comunidad autónoma entre las primeras del país. ■



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE MADRID

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

VINOS DE MADRID

ACEITE

ACEITE DE MADRID

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

CARNE DE LA SIERRA DE GUADARRAMA*

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

CHINCHÓN

AGRICULTURA ECOLÓGICA

COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID



DENOMINACIONES DE CALIDAD

ACEITUNAS DE MESA

ACEITUNAS DE CAMPO REAL

MARCA DE GARANTÍA

HUERTA DE VILLA DEL PRADO

M PRODUCTO CERTIFICADO

ALIMENTOS TRADICIONALES DE LA COMUNIDAD DE MADRID

AJO BLANCO DE CHINCHÓN

ESPÁRRAGOS DE ARANJUEZ

HORTALIZAS DE MADRID

HUEVOS DE MADRID

LECHE PASTEURIZADA DE MADRID

LEGUMBRES SECAS: GARBANZOS Y LENTEJAS DE MADRID

MIEL DE LA SIERRA DE MADRID

MELÓN DE VILLACONEJOS

QUESO DE CABRA DE MADRID

QUESO PURO DE OVEJA DE MADRID

*Inscrita en el Registro de la UE

COMUNIDAD VALENCIANA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de la Comunidad Valenciana ascendió en 2023 a 4.133 millones de euros, de los que la Producción Final Vegetal (PFV) aportó 2.979 millones y la Producción Final Ganadera (PFG) cerca de 1.055 millones. Con respecto al año anterior, aumentó la PFG y se redujo mucho la PFV.

El resto de la PFA (99,6 millones) procedió de las aportaciones del grupo “otros servicios” y de “otras producciones agrarias”. Finalmente, la Renta Agraria se situó en unos 2.119 millones de euros.

El 72% del valor generado por el sector agrario corresponde a la agricultura y el 25,5% restante a la ganadería. Entre las producciones agrícolas, destacó por su aportación a la renta la producción de cítricos, que no fue buena en general ya que su bien la cosecha de limones fue un 42% superior, la de naranjas –que es la más importante en volumen– resultó menor que la de la anterior campaña y la de mandarinas también quedó ligeramente por debajo.

Asimismo, también tuvieron un mal balance otras frutas, como, por ejemplo, los albaricoques, los melocotones y las uvas de mesa.

En el mismo sentido se desarrolló la cosecha de frutos secos, especialmente de almendra. La producción regional fue inferior en un 30% a la del año anterior.

Entre las hortalizas, hubo malas cosechas en general, con caídas de producción importantes con respecto a los volúmenes del año anterior. Sólo en algunos casos la cosecha fue mayor, como por ejemplo en el de la lechuga o el pimiento. Igualmente resultó mejor la cosecha de patata (un 9% más), que se acercó hasta las 80.000 toneladas anuales.

Por su parte, se desplomaron las producciones de cereal, con caídas del 10% en el caso del maíz y de hasta el 64% en la cebada. En el arroz se produjo una caída de producción del 1% con respecto a la cosecha anterior y ascendió a 89.000 toneladas.

Entre las producciones ganaderas, el balance para la carne fue negativo en general, pero en las leches resultó positivo. La mayor producción en volumen fue la de carne de porcino, que se redujo un 15% respecto al volumen del año anterior, al llegar a solo 109.300 tone-



ladas. Por su parte, la producción de carne de vacuno disminuyó un 2%; la de ovino un 12% y la de conejo un 7%. En sentido contrario, en 2023 hubo un aumento de la producción de carne de pollo (un 6% más), que alcanzó las 184.000 toneladas.

En cuanto al sector lácteo, destacó el aumento de la producción de leche de vaca (1%) y de leche de oveja (la producción se multiplicó para llegar finalmente a 2.300 toneladas). En el sentido contrario la leche de cabra redujo un 8% su producción. En cuanto a los huevos, hubo un descenso del 1% y la producción fue de 108,2 millones de docenas.

En 2023 las exportaciones agroalimentarias de la Comunidad Valenciana alcanzaron un valor de 8.672 millones de euros (un 3,1% más que un año antes). Con respecto al total nacional, las exportaciones representan el 12,5%. Casi la mitad del valor total de exportación correspondió a las frutas, con los cítricos en primer lugar.

PESCA EN COMUNIDAD VALENCIANA

La flota pesquera de la Comunidad Valenciana estaba formada en 2023 por 498 embarcaciones, 23 menos que un año antes, que suponen el 5,8% del total español. Estos barcos tenían un arqueo de 17.590 GT (5,58% del total nacional), una potencia de 61.777 KW (8,2% del total). La antigüedad media de todos estos buques era de 29 años y la eslora promedio de 15,5 metros.

Comunidad Valenciana

En 2023, la Comunidad Valenciana tenía 22 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional y 18 puertos pesqueros en funcionamiento. Las capturas

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2022	2023
ACEITE DE OLIVA	8,8	22,7
ALBARICOQUE	15,0	9,6
ALCACHOFAS	75	65,6
ALMENDRAS CÁSCARA	33,8	23,7
APIO	23,8	23,4
ARROZ CÁSCARA	90,8	89,5
BERENJENA	12,7	12,3
BRÓCOLI	68,8	62,8
CALABACÍN	19,5	18,2
CALABAZA	36,4	42
CEBADA	23,9	8,7
CEBOLLAS	82,6	70,8
CIRUELA	11,7	6,3
COL-REPOLLO	74,9	58,8
COLIFLORES	37,9	37
LECHUGAS	57,4	58,8
LIMONES	242,8	344,7
MAÍZ	4	3,6
MANDARINAS.CLEMENTINAS	1.134,4	1.130
MELOCOTONES	17,7	15,2
MELONES	35	31,7
NARANJAS	1.416,5	1.299,5
PATATAS	73,4	79,8
PIMIENTOS	55,8	65,5
POMELO	17	17,6
SANDÍAS	70,2	48,4
TOMATES	63	58,6
TRIGO	9,9	3,3
UVAS DE MESA	97,2	88,5
VINOS (miles de hl.)	1.969,6	1.241
ZANAHORIAS	11,6	10,4
CARNE DE AVES	173,4	183,92
CARNE DE CONEJO	2,8	2,6
CARNE DE OVINO	7,5	6,6
CARNE DE PORCINO	128,2	109,3
CARNE DE VACUNO	88,7	86,8
LECHE DE CABRA	8,8	8,1
LECHE DE OVEJA	0,13	2,3
LECHE DE VACA	75,9	76,8
HUEVOS (Millones de docenas)	109,1	108,2

FUENTE: MAPA

pesqueras desembarcadas en los puertos alcanzaron un valor de 81,2 millones de euros (un 2% menos que en 2022) y un volumen de 15.000 toneladas (un 13% menos). Los puertos de Alicante comercializaron el 67% de toda la producción, pero individualmente el puerto de Castellón fue el que más pesca desembarcó. Atendiendo a su valor, las principales especies fueron el boquerón, las gambas y la merluza, mientras que en volumen también fue importante la sardina.

Por otro lado, las producciones acuícolas alcanzaron en 2023 un volumen de 22.545 toneladas, un 40% más que un año antes. El valor alcanzado por esta producción superó los 136 millones de euros. Más de un tercio de la producción regional fue dorada. No obstante, también se produjeron lubinas, corvinas, pez limón, trucha, ostras y mejillones, entre otros.

En 2023, según datos del INE, había en la Comunidad Valenciana 62 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos. ■

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	11.473	8,4
Industria cárnica	2.041	6,4
Industria de Pescado	441	6,1
Prep./Conservas frutas y hortalizas	1.777	15,4
Aceites y Grasas	169,0	1,4
Productos Lácteos	868,0	8,5
Molinería y almidones	1.233,0	28,4
Panadería y pastas alimenticias	1.088,0	11,8
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	717,0	20,6
Café, Té e infusiones	166	6,3
Especias, salsas y condimentos	278	19,4
Platos y comidas preparadas	174	7
Preparados alimenticios homogeneizados	61,0	6,1
Otros productos alimenticios	332,0	11,2
Productos alimentación animal	S/D	S/D
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	45,0	3,4
Vinos	447,0	6,0
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	383,0	10,2
Bebidas no alcohólicas	S/D	S/D

FUENTE: MAPA. Datos de 2021

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La Comunidad Valenciana cuenta con 5.319.448 habitantes y 23.254 km² de extensión, un 10,9% de la población y un 4,6% del territorio sobre el total nacional. Valencia tiene más de la mitad de los habitantes de la comunidad. En función del gasto medio por persona, el poder de compra de los consumidores valencianos está un 3,8% por debajo de la media nacional.

Esta comunidad autónoma tiene 9.750 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación. Valencia cuenta con el 46,2%; Alicante, con el 41,4%; y Castellón, el 12,4%. En la Comunidad Valenciana hay 2.143 supermercados y 54 hipermercados –estos 2.197 establecimientos generan una densidad comercial de 339,1 m² cada 1.000 habitantes–. Las actividades de venta ambulante y mercadillos alcanzan 5.348 (un 14,6% sobre el total nacional).

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

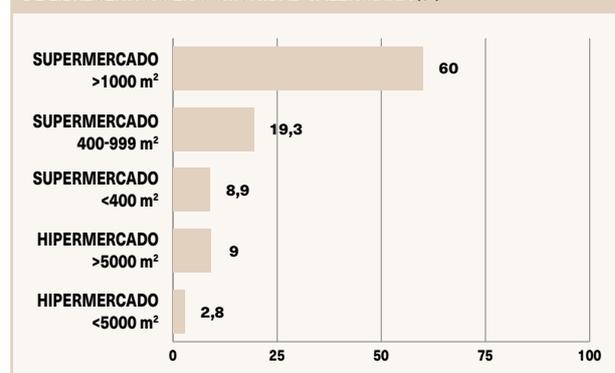
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
C. VALENCIANA	55.731	9.750	865	524	754	54	5.348
C. VALENCIANA/ ESPAÑA (%)	11,0	9,9	6,6	9,1	15,6	10,5	14,6

COMUNIDAD VALENCIANA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	181
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	62
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	149
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	127
Fabricación de productos lácteos	80
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	41
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	1.074
Fabricación de otros productos alimenticios	343
Fabricación de productos para alimentación animal	30
Fabricación de bebidas	273
TOTAL	2.360

FUENTE: INE.

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 (28,4%), frutos secos (5,7%), cafés e infusiones (8,5%) y zumos y néctares (3,2%) mientras que, por el contrario, gastan menos en aceite (-21,7%), vino (-10,9%), pescado (-11,7%), chocolates y cacao (-14,8%), leche (-11,9%), frutas y hortalizas transformadas (-5,1%), frutas frescas (-9,1%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-4,2%).

CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2023, la Comunidad Valenciana registró un gasto per cápita en alimentación de 1.678,8 euros (un -3,0% inferior a la media nacional). Carne (19,8%), pescado (10,4%), derivados lácteos (8,9%), frutas frescas (8,7%), hortalizas frescas (7,0%), pan (4,4%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,5%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En términos medios, durante el año 2023 cada persona en la Comunidad Valenciana consumió 148 huevos, 41,6 kilos de carne, 16,7 kilos de pescado, 55,3 litros de leche, 30,7 kilos de derivados lácteos, 26,5 kilos de pan, 8,0 litros de aceite, 21,6 litros de cerveza, 49,9 kilos de hortalizas frescas, 73,6 kilos de frutas frescas, 17,1 kilos de platos preparados, 86,3 litros de agua embotellada y 35,1 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

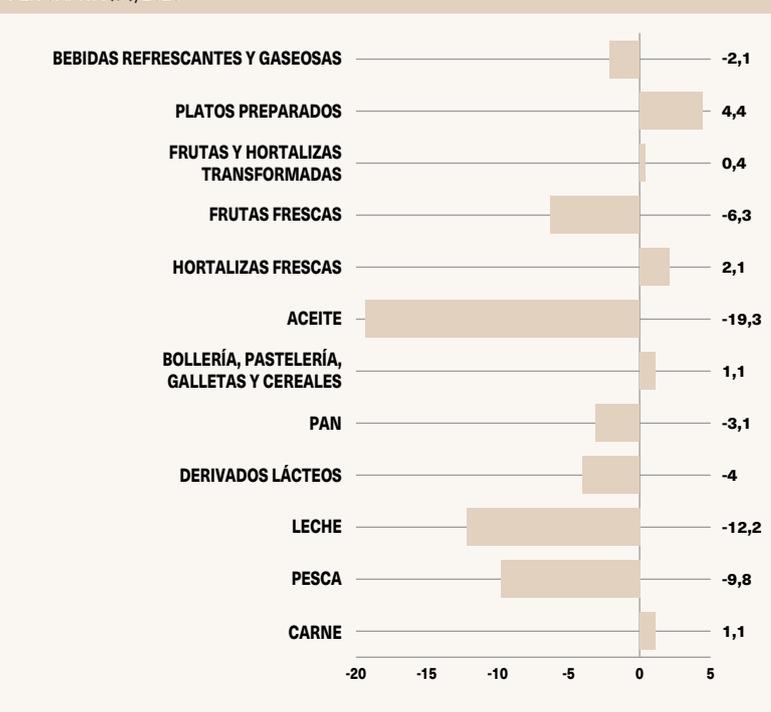
ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	28,9	1,7	3,5
CARNE	332,8	19,8	-2,9
PESCA	175,2	10,4	-11,7
LECHE	54,1	3,2	-11,9
DERIVADOS LÁCTEOS	149,4	8,9	0,1
PAN	73,1	4,4	1,6
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	75,1	4,5	-1,1
CHOCOLATES Y CACAOS	24,5	1,5	-14,8
ACEITE	35,0	2,1	-21,7
VINO	20,7	1,2	-10,9
CERVEZAS	31,7	1,9	0,8
ZUMO Y NÉCTAR	08,8	0,5	3,2
PATATAS	33,1	2,0	-0,5
HORTALIZAS FRESCAS	116,8	7,0	1,7
FRUTAS FRESCAS	146,0	8,7	-9,1
FRUTOS SECOS	29,8	1,8	5,7
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	31,1	1,9	-5,1
PLATOS PREPARADOS	89,6	5,3	3,0
CAFÉS E INFUSIONES	34,4	2,0	8,5
AGUA MINERAL	17,0	1,0	28,4
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	38,6	2,3	-4,2
OTROS PRODUCTOS	133,1	7,9	6,8
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.678,8	100,0	-3,0

Tomando como referencia la media nacional, en la Comunidad Valenciana se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de hortalizas frescas (2,1%), platos preparados (4,4%), bollería, pastelería, galletas y cereales (1,1%), y carne (1,1%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-19,3%), frutas frescas (-6,3%), pan (-3,1%), leche (-12,2%), bebidas refrescantes y gaseosas (-2,1%) y pescado (-9,8%).



DESVIACIÓN DE C.VALENCIANA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
10 unidades de huevo	5 kilos de frutas frescas
22 litros de agua mineral	8 litros de leche líquida
1 kilos de hortalizas frescas	1 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
1 kilos de carne fresca	2 kilos de pescado fresco
1 kilos de carne de pollo	2 litros de leches fermentadas
1 kilos de arroz	1 litros de aceite de oliva
2 litros de cerveza	1 kilo de derivados lácteos
1 kilo de platos preparados	2 kilos de yogurt
	1 litro de vino y derivados
	1 kilo de patatas
	1 kilo de pan

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades relacionadas con los servicios de restauración y bares se cifran en 31.185 –un 11,8% sobre el conjunto de España, tercera comunidad autónoma con una participación más elevada– y se distribuyen en un 45,1%

para Valencia, un 43,0% para Alicante y un 11,9% 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	31.185	10.925	17.743	2.518	129.229
COMUNIDAD VALENCIANA/ESPAÑA (%)	11,8	13,5	10,9	13,3	8,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).



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 *

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 *

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

TOMATA DE PENJAR *

TOMATE DE MUCHAMIEL *

AGUACATE DE C.V. *

CARNE DE CORDERO GUIRRO *

DÁTIL DE ELCHE *

TOMATA VALENCIANA *

* Denominación en tramitación / ** Denominación compartida con otras CC AA / Inscrita en el Registro de la UE



EXTREMADURA



AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor estimado de la Producción Final Agraria (PFA) extremeña en 2023 se aproximó a 3.660 millones de euros, a cuya formación contribuyeron la Producción Final Vegetal (PFV) con 1.810 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) con 1.757 millones de euros. A estas partidas se sumaron las aportaciones de los servicios y de otras producciones, que sumaron unos 93,4 millones de euros.

Una vez considerados los costes de producción, las amortizaciones y las subvenciones que no estén vinculadas a los productos agrarios, se calculó una Renta Agraria para la región de 1.882 millones de euros.

Prácticamente, la mitad de la PFA corresponde a la aportación del sector agrícola. Las producciones vegetales que más aportan a la renta agraria regional son, por orden, las frutas, las hortalizas, los cereales y el aceite de oliva. Por su lado, en el grupo de las producciones ganaderas destaca la producción de carne (91% de toda la PFG), encabezada por la carne de porcino y vacuno.

Entre las frutas destacan las producciones de hueso, con la cereza y la ciruela en cabeza, dos producciones en las que Extremadura lidera la cosecha nacional. El balance fue bueno para estas frutas, gracias a las mejores cosechas de melocotón y nectarina, ya que las de

ciruela y cereza resultaron peores. También hubo más producción de melón y sandía, mientras que la de higos tuvo un balance negativo (un 4% menos), al igual que en los dos años precedentes.

En el grupo de las hortalizas, el tomate lidera el ranking regional de producción. La cosecha fue muy buena (23% más) y lo mismo sucedió con la cebolla, pero no con el pimiento.

Los cereales de siembras de otoño tuvieron una cosecha muy negativa, con descensos del 69% en el caso de la cebada y del 59% en el trigo.

En 2023 se produjo un descenso de la producción de vino (27% menos), mientras que la producción de aceite se incrementó un 90% (campaña 2023/2024) y un 84% la cosecha de aceituna de mesa.

En el sector ganadero, un año más el balance general resultó negativo por la caída de la mayor parte de las producciones de carne y leche. Así, la producción de carne de porcino, la que más aporta a la renta agraria, se redujo un 11% y lo mismo sucedió con las de vacuno (9%) y ovino (14%). En sentido contrario, aumentó la producción de pollo un 3%, hasta 83.600 toneladas, y también la de carne de caprino (un 20%), aunque su volumen es muy pequeño.

Extremadura

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2022	2023
ACEITE DE OLIVA	36,2	68,7
ACEITUNAS DE MESA	45,1	83
ARROZ CÁSCARA	12,88	91
BRÓCOLI	42,2	40,7
CEBADA	124,2	38,4
CEBOLLAS	2,2	3,40
CEREZAS	40,0	14,6
CIRUELAS	98,5	93,5
GIRASOL	26,8	5,4
HIGO	26,5	24
MAÍZ	229,5	237,0
MELOCOTÓN	42,9	53,2
MELÓN	13,4	14,2
NECTARINA	70	73,5
PATATA	23,1	26
PIMIENTOS	23	19,8
SANDÍAS	7,7	10,0
TOMATE	1.550,8	1.910,9
TRIGO	243,7	100,3
VINOS (miles de hl.)	3.247,2	2.366
CARNE DE PORCINO	67,2	59,8
CARNE DE VACUNO	35,7	32,35
CARNE DE OVINO	3,2	2,76
CARNE DE AVES	80,8	83,6
CARNE DE CAPRINO	0,05	0,06
LECHE DE OVEJA	9,82	8,4
LECHE DE VACA	18,67	18,1
LECHE DE CABRA	36,4	34,4
HUEVOS (Millones de docenas)	27,4	31

FUENTE: MAPA

Dentro del sector lácteo, se redujo un 3% la producción de leche de vaca; un 5% la de cabra y un 14% la de oveja. El mayor volumen producido fue el de leche de cabra. Buena parte de las producciones de leche se destinan a la industria quesera.

La producción ganadera se completó con la miel y los huevos (con un aumento del 13% respecto al año anterior).

Respecto al comercio exterior, las exportaciones agroalimentarias de Extremadura volvieron a crecer, al igual que en años anteriores. Así, el valor de las ventas exteriores fue de 1.487 millones de euros, un 4,8% más que en 2022, lo que supone el 2,1% de las ventas exteriores de España en este sector. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EXTREMADURA		
(Millones de Euros)		
Subsectores	EXTREMADURA	%EXTREMADURA/ ESPAÑA
	Cifra de Negocio	Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	3.076	482
Industria cárnica	634	2,0
Industria de Pescado	15,0	0,2
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	907,0	7,9
Aceites y Grasas	348,0	2,9
Productos Lácteos	39,0	0,4
Molinería y almidones	130,0	3,0
Panadería y pastas alimenticias	59,0	0,6
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	28,0	0,7
Café, Té e infusiones	58,0	2,2
Especias, salsas y condimentos	163,0	11,4
Platos y comidas preparadas	0,0	0
Preparados alimenticios homogeneizados	0	0
Otros productos alimenticios	7,0	0,2
Productos alimentación animal	443,0	2,6
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	S/D	S/D
Vinos	175,0	2,4
Sidra y otras bebidas fermentadas	0	0
Cerveza y malta	0	0
Bebidas no alcohólicas	S/D	S/D

FUENTE: MAPA. Datos de 2021

EXTREMADURA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS	
Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	210
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	4
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	92
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	114
Fabricación de productos lácteos	85
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	22
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	472
Fabricación de otros productos alimenticios	74
Fabricación de productos para alimentación animal	54
Fabricación de bebidas	119
TOTAL	1.246

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Extremadura tiene 1.053.458 habitantes y una extensión de 41.634 km². La provincia de Badajoz concentra más del 60% de la población. El poder de compra de los consumidores extremeños, tomando como referencia el gasto medio por persona, es inferior a la media nacional en 12,9 puntos.

En Extremadura se contabilizan 2.346 establecimientos comerciales minoristas especializados en alimentación. Badajoz cuenta con un 62,8% mientras que Cáceres tiene el 37,2% restante. Hay instalados 848 supermercados y 10 hipermercados, que ocupan en conjunto un total de 322.634 m² y generan una densidad comercial de 306,3 m² por cada 1.000 habitantes. Hay 1.205 actividades de venta ambulante y en mercadillos, un 3,3% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EXTREMADURA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
EXTREMADURA	13.160	2.346	644	119	85	10	1.205
EXTREMADURA/ ESPAÑA (%)	2,6	2,4	4,9	2,1	1,8	2,0	3,3

EXTREMADURA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

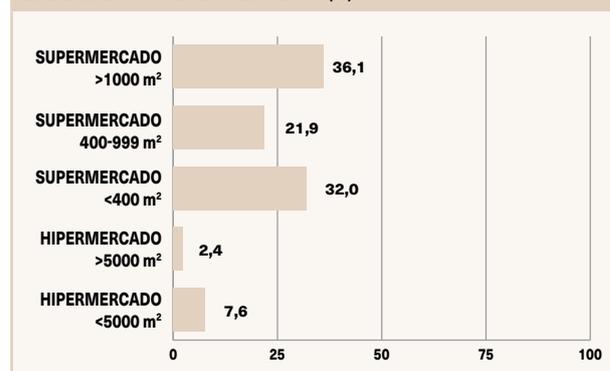
Subsectores	2020	% respecto al total nacional
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	229	6,3
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	6	1
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	103	7,1
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	117	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 2023, Extremadura registró un gasto per cápita en alimentación de 1.383,3 euros (un -19,8% inferior a la media nacional). Carne (18,9%), pescado (10,8%), frutas frescas (8,7%), derivados lácteos (9,5%), hortalizas frescas (6,9%), pan (4,3%) y leche (5,0%) 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 (14,1%) mientras que, por el contrario, gastan menos en el resto de partidas analizadas como, por ejemplo, vino (-50,0%), cafés e infusiones (-29,4%), zumos y néctares (-37,2%), platos preparados (-23,4%), agua mineral (-15,6%), huevos (-27,2%) o aceite (-31,0%).

En términos medios, durante el año 2023 cada persona en Extremadura consumió 103 huevos, 34,6 kilos de carne, 15,3 kilos de pescado, 75,3 litros de leche, 31,6 kilos de derivados lácteos, 23,7 kilos de pan, 7,9 litros de aceite, 21,6 litros de cerveza, 43,1 kilos de hortalizas frescas, 64,9 kilos de frutas frescas, 14,1 kilos de platos preparados, 61,8 litros de agua embotellada y 34,3 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Extremadura se consume, en términos per cápita, una mayor can-

Extremadura

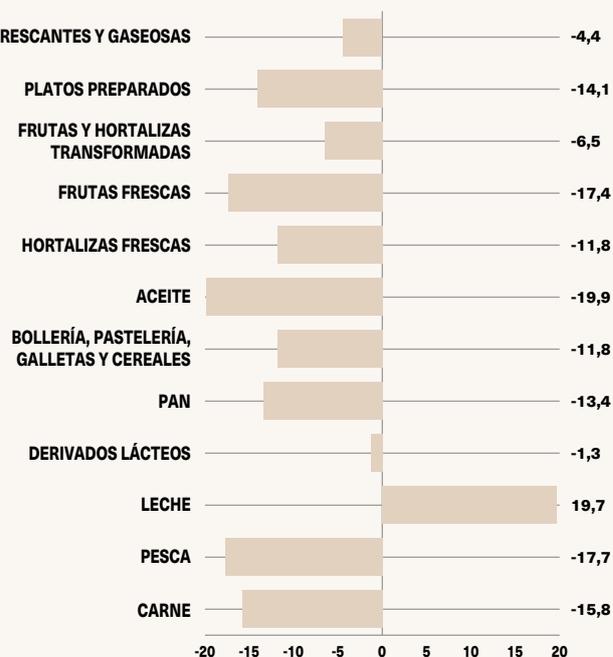
ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN EXTREMADURA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	20,3	1,5	-27,2
CARNE	262,5	18,9	-23,4
PESCA	149,7	10,8	-24,6
LECHE	70,0	5,0	14,1
DERIVADOS LÁCTEOS	132,1	9,5	-11,4
PAN	60,1	4,3	-16,5
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	59,1	4,3	-22,2
CHOCOLATES Y CACAOS	22,6	1,6	-21,5
ACEITE	30,9	2,2	-31,0
VINO	11,6	0,8	-50,0
CERVEZAS	31,3	2,3	-0,6
ZUMO Y NÉCTAR	05,4	0,4	-37,2
PATATAS	29,8	2,1	-10,3
HORTALIZAS FRESCAS	95,6	6,9	-16,8
FRUTAS FRESCAS	120,6	8,7	-24,8
FRUTOS SECOS	19,9	1,4	-29,4
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	27,5	2,0	-16,1
PLATOS PREPARADOS	66,7	4,8	-23,4
CAFÉS E INFUSIONES	22,3	1,6	-29,4
AGUA MINERAL	11,2	0,8	-15,6
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	36,9	2,7	-8,5
OTROS PRODUCTOS	102,2	7,4	-17,9
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.388,3	100,0	-19,8

tividad de leche (19,7%) mientras que, por el contrario, en el resto de partidas existe un consumo menor como, por ejemplo, en aceite (-19,9%), pescado (-17,7%), carne (-15,8%), platos preparados (-14,1%), pan (-13,4%), bollería, pastelería y cereales (-11,8%), hortalizas frescas (-11,8%), frutas frescas (-17,4%) y gaseosas y bebidas refrescantes (-4,4%).



DESVIACIÓN DE EXTREMADURA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EXTREMADURA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
9 litros de leche semidesnatada	35 unidades de huevos
12 litros de leche líquida	7 kilos de carne
1 kilo yogur	3 litros de agua mineral
2 litros cerveza	4 kilos de pan
	2 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
	14 kilos de frutas frescas
	2 litros de vino y derivados
	2 kilos de pescado fresco
	2 kilos de platos preparados
	2 litros de aceite

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares cuentan en Extremadura con 5.578 locales, un 2,1% del total nacional, de

los que el 59,0% está en Badajoz y el 41,0% restante en Cáceres. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN EXTREMADURA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
EXTREMADURA	5.578	849	4.360	369	17.771
EXTREMADURA/ ESPAÑA (%)	2,1	1,0	2,7	1,9	1,2

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

QUESO DE LA SERENA *

QUESO IBORES *

TORTA DEL CASAR

JAMONES Y PALETAS

DEHESA DE EXTREMADURA *

GUIJUELO **/

JAMÓN DE JABUGO **/

FRUTAS

CEREZA DEL JERTE *

CONDIMENTOS

PIMENTÓN DE LA VERA *

ACEITES

ACEITE MONTERRUBIO

GATA-HURDES

MIEL

MIEL VILLUERCAS-IBORES *

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

RIBERA DEL GUADIANA

CAVA **/

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

TERNERA DE EXTREMADURA *

CARNE DE ÁVILA **/

CORDERO DE EXTREMADURA *

VINOS DE LA TIERRA

EXTREMADURA

PRODUCCIÓN INTEGRADA

OLIVAR PARA ELABORACIÓN DE ACEITE DE OLIVA

ARROZ

CEREZO

PIMIENTO PARA PIMENTÓN



FRUTALES DE HUESO

FRUTALES DE PEPITA

TABACO

TOMATE PARA TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL

MAÍZ

MAÍZ FORRAJERO

BRÓCOLI

PUERRO

GIRASOL

ESPÁRRAGO

CACAHUETE

AGRICULTURA ECOLÓGICA

COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE EXTREMADURA (CAEX)

** Denominación compartida con otras CC AA en la zona de producción y en elaboración / / Inscrita en el Registro de la UE / ****Protección Nacional Transitoria



GALICIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de Producción Final Agraria (PFA), a precios corrientes, ascendió en Galicia a 4.722 millones de euros en 2023. A esta cifra contribuyeron las producciones ganaderas (Producción Final Ganadera, PFG) con 3.198 millones de euros; las agrícolas (Producción Final Vegetal, PFV) con 1.430 millones de euros y otras producciones (forestales, etc.) y servicios, que aportaron cerca de 93,45 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 2023 a 1.387 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 2023 el balance para el sector ganadero -que aportó el 67% de la PFA- fue positivo por el aumento en volumen de las producciones más importantes.

La producción de leche de vaca se elevó a algo más de 3 millones de litros (un 1% más que en 2022). Galicia fue de nuevo la primera región productora de España y en 2023 aportó el 41% de la producción nacional. La mayor parte de la leche recogida (66%) se llevó a industrias lácteas del territorio gallego y el resto fue a otras comunidades autónomas. Más de la mitad de los ganaderos de leche de vaca que había en España, tenían sus explotaciones en la región.

En cuanto a las producciones cárnicas, aumentó un 6,7% la de pollo, que es la primera en volumen, y superó ese año a todas las demás sumadas. Por el contrario, bajó la producción de carne de vacuno (menos de un 1%), la de porcino (7,1%) y la de ovino (56%, aunque esta última es muy pequeña en volumen). Por su lado, se mantuvo en niveles similares al año anterior la producción de carne de conejo y aumentó la producción de huevos (un 2%, hasta superar los 54,3 millones de docenas).

El balance general para la agricultura fue positivo por los mejores precios y en muchos casos, los aumentos de producciones. La cosecha de patata fue de nuevo su-



perior a la anterior (12% más) y también lo fueron las de algunas hortalizas como el tomate o los nabos. En ese sector, se registraron también descensos, como el caso del pimiento, las cebollas, el repollo o las judías verdes.

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 de 2022, que también fue bueno. Por el contrario, rompiendo la tendencia de años anteriores disminuyó la cosecha de kiwi (2,2%), que quedó por debajo de las 18.000 toneladas. La producción gallega de esta fruta supone casi el 60% del total nacional. En el mismo sentido negativo evolucionó la cosecha de castañas, tras la excelente producción del año anterior.

Por su parte, en el subsector del vino se alcanzó una producción de algo más de 439.400 hectolitros, un 9,1% más que en 2022.

En cuanto a la evolución del comercio exterior, las exportaciones totalizaron un valor de 4.373 millones de euros, el 6,3% del total nacional y un 5,6% más que un año antes, que fue también bueno para las ventas exteriores. En el caso de Galicia, los productos de la pesca fueron determinantes en la evolución de las exportaciones.

PESCA EN GALICIA

En 2023 en Galicia se encontraban en actividad 4.198 embarcaciones pesqueras, lo que suponía el 49,1% del total nacional. Es la región con mayor número de buques registrados, seguida muy de lejos por Andalucía. Los buques gallegos tenían en 2023 un arqueo de 130.057 GT (41,33% del total nacional) y una potencia de 271.026 KW (35,97% del total). La antigüedad media de todos estos buques era de 38 años y la eslora promedio de 8,84 metros.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2022	2023
CALABACÍN	7,3	6,4
CASTAÑAS CÁSCARA	160	20
CEBOLLAS	32,7	29,9
COL-REPOLLO	53,5	45,9
GRELOS	59	61
JUDÍAS VERDES	49,7	47,0
KIWI	18,3	17,9
MAÍZ	94,3	106,7
MANZANAS DE MESA	48,4	55,7
MANZANAS DE SIDRA	56,4	61,11
NABOS	16	16
PATATAS	285,2	321,7
PIMIENTOS	71	70
TOMATES	63,9	75,3
TRIGO	39,4	31,6
VINOS (miles de hl.)	412,1	449,4
CARNE DE AVES	210,3	224,36
CARNE DE CONEJO	9	9
CARNE DE OVINO	0,37	0,2
CARNE DE PORCINO	84,6	78,6
CARNE DE VACUNO	97,2	97
LECHE DE VACA	2.971,52	3.001,7
HUEVOS (Millones de docenas)	53,3	54,3

FUENTE: MAPA

Galicia tiene 63 cofradías de pescadores integradas en la Federación Nacional, siendo la región con mayor número de toda España.

La pesca fresca desembarcada rondó las 225.000 toneladas, el 47% del total nacional, y su valor de primera venta fue de 804 millones de euros. Las principales especies capturadas en valor fueron merluza, rape, gallo, almeja y jurel.

Por su parte, la producción de la acuicultura gallega descendió de nuevo en 2023: un 18% en volumen y se situó (algas incluidas) en 190.407 toneladas, según datos del Instituto Gallego de Estadística. El valor de esas producciones descendió un 9% hasta los 232,6 millones de euros.

Galicia cuenta con 3.300 parques de producción de mejillones, formados por muchas pequeñas y medianas explotaciones. Los mejillones suponen más del 95% del volumen producido y los peces (rodaballo, lenguados y salmón principalmente) suman también un porcentaje importante. Además de mejillón también se produce almeja, berberecho y ostra. Hay 160



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	10.608	7,8
Industria cárnica	1.518	4,7
Industria de Pescado	4.025	55,6
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	58,0	0,5
Aceites y Grasas	386,0	3,2
Productos Lácteos	1.610,0	15,7
Molinería y almidones	44,0	1,0
Panadería y pastas alimenticias	487,0	5,3
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	6,0	0,1
Café, Té e infusiones	64,0	2,4
Espicias, salsas y condimentos	S/D	S/D
Platos y comidas preparadas	24,0	1,0
Preparados alimenticios homogenizados	S/D	S/D
Otros productos diversos	135,0	4,5
Productos alimentación animal	1.253,0	7,4
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	22,0	1,6
Vinos	248,0	3,3
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	575,0	15,4
Bebidas no alcohólicas	231,0	4,3

FUENTE: MAPA. Datos de 2021

empresas dedicadas a las producciones acuícolas en Galicia. Asimismo, según datos del INE, en 2023 había 135 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos. ■

GALICIA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS	
Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	151
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	135
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	31
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	16
Fabricación de productos lácteos	105
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	16
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	1.169
Fabricación de otros productos alimenticios	121
Fabricación de productos para alimentación animal	42
Fabricación de bebidas	459
TOTAL	2.245

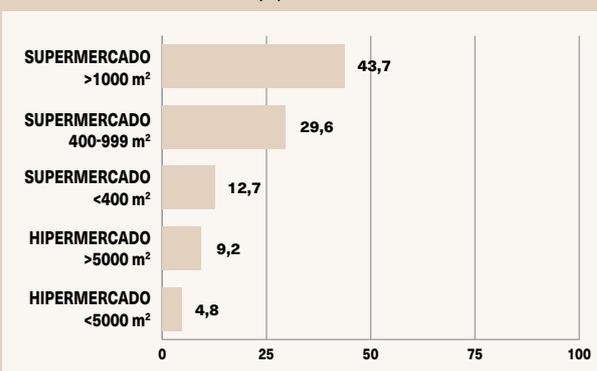
FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Galicia tiene 2.705.741 habitantes y 29.574 km² de extensión, un 5,6% de la población y también cerca de un 6% del territorio sobre el total nacional. A Coruña y Pontevedra concentran el mayor volumen de población. El poder de compra de los consumidores gallegos, tomando como referencia el gasto medio por persona, es ligeramente superior a la media nacional (un 1,8%).

En Galicia hay 5.271 locales comerciales minoristas especializados en alimentación. A Coruña tiene el 40,0%; Pontevedra, el 36,0%; Lugo, el 12,7%; y Ourense, el 11,3%. En el conjunto de la comunidad autónoma hay instalados 1.487 supermercados y 43 hipermercados, con un total de 971.174 m², que suponen una densidad comercial de 358,9 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos se cifran en 2.269, un 6,2% sobre el total nacional.

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN GALICIA (%)



CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2023, Galicia registró un gasto per cápita en alimentación de 1.796,7 euros (un 3,8% superior a la media nacional). Carne (18,6%), pescado (12,6%), frutas frescas (10,3%), derivados lácteos (8,8%), pan (4,6%), hortalizas frescas (6,0%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,6%) 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 (38,1%), aceite (42,3%), pan (15,1%), leche (20,3%), frutas frescas (15,4%) y huevos (11,5%), mientras que, por el contrario, gastan menos en platos preparados (-31,2%), agua mineral (-11,3%), bebidas re-



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN GALICIA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
GALICIA	31.178	5.271	741	458	288	43	2.269
GALICIA/ESPAÑA (%)	6,1	5,4	5,7	8,0	6,0	8,4	6,2

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN GALICIA (HOGARES), 2022

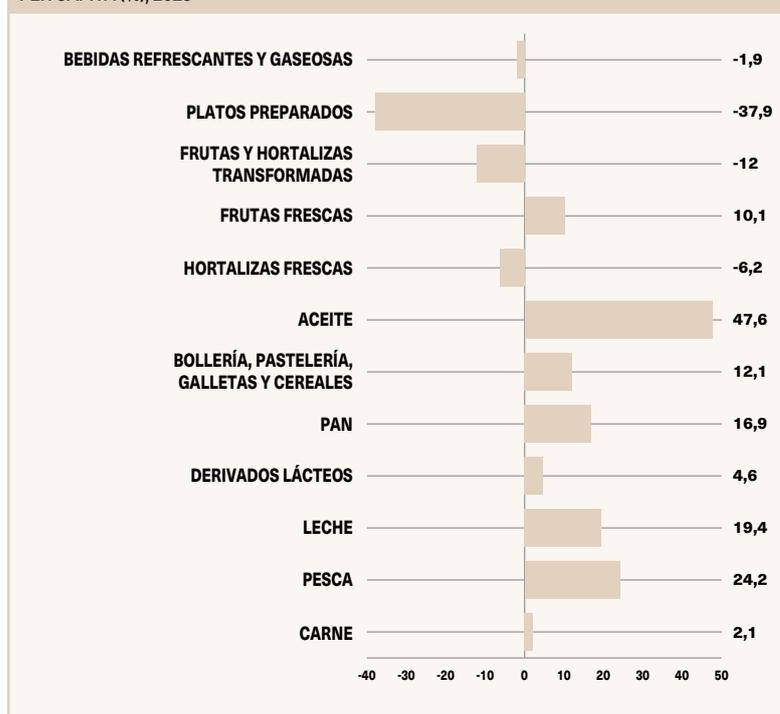
	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	31,1	1,7	11,5
CARNE	334,8	18,6	-2,3
PESCA	227,2	12,6	14,4
LECHE	73,9	4,1	20,3
DERIVADOS LÁCTEOS	158,0	8,8	5,9
PAN	82,8	4,6	15,1
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	83,3	4,6	9,7
CHOCOLATES Y CACAOS	39,8	2,2	38,1
ACEITE	63,7	3,5	42,3
VINO	25,3	1,4	8,9
CERVEZAS	25,6	1,4	-18,6
ZUMO Y NÉCTAR	07,4	0,4	-13,1
PATATAS	35,5	2,0	6,8
HORTALIZAS FRESCAS	107,3	6,0	-6,6
FRUTAS FRESCAS	185,2	10,3	15,4
FRUTOS SECOS	26,4	1,5	-6,4
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	30,6	1,7	-6,6
PLATOS PREPARADOS	59,9	3,3	-31,2
CAFÉS E INFUSIONES	30,9	1,7	-2,5
AGUA MINERAL	11,7	0,7	-11,3
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	38,6	2,1	-4,2
OTROS PRODUCTOS	117,8	6,6	-5,4
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.796,7	100,0	3,8

frescantes y gaseosas (-4,2%) y cervezas (-18,6%).

En términos medios, durante el año 2023 cada persona en Galicia consumió 139 huevos, 42,0 kilos de carne, 23,1 kilos de pescado, 75,1 litros de leche, 33,5 kilos de derivados lácteos, 32,0 kilos de pan, 14,6 litros de aceite, 13,0 litros de cerveza, 45,9 kilos de hortalizas frescas, 86,5 kilos de frutas frescas, 10,2 kilos de platos preparados, 55,7 litros de agua embotellada y 35,2 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en Galicia se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de aceite (47,6%), pan (16,9%), pescado (24,2%), leche (19,4%) y frutas frescas (10,1%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en platos preparados (-37,9%), frutas y hortalizas transformadas (-12,0%) y hortalizas frescas (-6,2%).

DESVIACIÓN DE GALICIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN GALICIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
12 litros de leche líquida	9 litros de agua mineral
8 kilos de frutas frescas	6 litros de cerveza
5 kilos de pan fresco y congelado	6 kilos de platos preparados
4 kilos de pescado	1 litro de zumo y néctar
3 kilos de patatas	3 kilos de hortalizas frescas
2 litros de aceite de oliva	1 kilos de frutas y hortalizas transformadas
5 litros de aceite	1 kilos de carne transformada
3 kilos de pescado fresco	1 litros de batidos de leche
2 kilos de carne fresca	1 kilo de legumbres
2 kilos de mariscos, moluscos y crustáceos	1 kilo de arroz
1 kilos de harinas y sémolas	

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares cuentan con 16.674 locales, lo que supone un 6,3% sobre el conjunto

de España. A Coruña cuenta con un 42,2%; Pontevedra, un 33,7%; Lugo, un 11,9%; y Ourense, un 12,2%. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN GALICIA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
GALICIA	16.674	3.703	12.262	709	60.596
GALICIA/ESPAÑA (%)	6,3	4,6	7,5	3,7	3,9

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).



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 2023 un valor cercano a los 254 millones de euros. De esta cantidad, cerca de 146,7 millones de euros correspondieron a la Producción Final Vegetal (PFV) y 91,6 millones a la Producción Final Ganadera (PFG). El resto de la PFA (15,9 millones de euros) fueron las aportaciones de otras producciones agrarias y del sector de los servicios agrarios.

Los consumos intermedios unidos a las amortizaciones y deducidas las subvenciones no vinculadas a productos agrarios arrojaron una cifra que, restada del valor de la Producción Agraria, situó el valor de la Renta Agrarias en unos 90 millones de euros.

La nutrida representación de producciones agrícolas, que aportan casi el 60% de la PFA, tuvieron un balance negativo en su conjunto, al igual que ya sucediera un año antes. Sin embargo, hubo también buenas cosechas en algunos cultivos y los precios no fueron malos.

Al igual que en año precedente, la vendimia de 2023 se saldó con buenos resultados, pues la producción de vino aumentó hasta un 16%, superando los 42.200 hectolitros, la más alta de los últimos tres años. La mayor parte de esta producción de vino 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.

La cosecha de aceite de oliva 2023/2024 superó con creces el nivel de la anterior, que fue muy mala debido a los efectos de la sequía sobre el olivar. Se recogieron en la mencionada campaña hasta 1.200 toneladas, más del doble que un año antes.



En sentido contrario al vino y al aceite, bajó un 10% la cosecha de almendra y también se redujeron las producciones de cereales (cebada, maíz, etc.).

Igualmente, fueron en general peores que el año precedente las cosechas de hortalizas como el melón o el tomate, mientras que la de pimiento se saldó con buenos resultados. También fue peor que un año antes la cosecha de patata.

En cuanto a la ganadería, debido a su condición insular hay producciones de todas las cabañas ganaderas, aunque algunas son muy minoritarias. En 2023 se produjo la caída de prácticamente todas las producciones, lo que finalmente lastró la evolución de la renta.

Concretamente, descendió con respecto al año anterior la producción de carne de porcino (12%), de vacuno (14%), de ovino (1%), mientras que aumentó un 4% la de pollo, que es muy minoritaria todavía, a pesar de que su consumo aumenta de año en año. También la producción de las gallinas ponedoras superó los niveles del año anterior en nada menos que un 34% (se llegaron a producir 8,7 millones de docenas de huevos).

Finalmente, fue mala (7% menos) la producción de leche de vaca, que es la base de la potente industria quesera regional.

En cuanto al comercio exterior, en 2023 las exportaciones agroalimentarias alcanzaron un valor de 143,5 millones de euros, un 20,7% menos que en el año anterior. Entre los productos más exportados destacaron los vinos y licores, siendo Alemania el principal destino de las exportaciones agroalimentarias.

PESCA EN ISLAS BALEARES

En Islas Baleares había 305 embarcaciones pesqueras en 2023 (cuatro menos que un año antes), lo que supone el 3,6% de toda España. Su arqueo llegó a los 2.594 GT (0,82% del total nacional), una potencia de 2.594 KW (0,82% del total). La antigüedad media de todos estos buques era de 38 años y la eslora promedio de 9,44 metros.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2022	2023
ACEITE DE OLIVA	0,56	1,2
ALMENDRA CÁSCARA	2,9	2,6
CEBADA	30,7	30,3
CEBOLLAS	3,4	3,4
MAÍZ	0,6	0,6
MELÓN	4,1	3,8
NARANJAS	6,2	6
PATATAS	40,2	39,5
PIMIENTO	1,3	1,6
SANDÍAS	5,1	5,1
TOMATES	9	8,4
TRIGO	8,6	8,3
VINOS (miles de hl.)	36,5	42,2
CARNE DE AVES	0,27	0,28
CARNE DE PORCINO	3,12	2,76
CARNE DE VACUNO	2,1	1,8
CARNE DE OVINO	1,4	1,38
LECHE DE VACA	39,5	36,7
HUEVOS (Millones de docenas)	6,5	8,7

FUENTE: MAPA

En 2023, 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 en 2023 a 2.000 toneladas. El grueso de la producción recogida fueron peces, entre los que destacan la sardina y el boquerón, que fue el más pescado. Por su parte, la especie de molusco más capturada fue el pulpo y, entre los crustáceos, destacó la gamba roja, que es el producto del mar que más valor tiene, por delante de la langosta. Igualmente, las producciones acuícolas son muy minoritarias.

Según datos del INE, en 2023 había en Baleares dos empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN ISLAS BALEARES (Millones de Euros)		
Subsectores	ISLAS BALEARES Cifra de Negocio	% ISLAS BALEARES/ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	608	0,4
Industria cárnica	105,0	0,3
Industria de Pescado	S/D	S/D
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	36,0	0,3
Aceites y Grasas	3,0	0
Productos Lácteos	70,0	0,7
Molinería y almidones	37,0	0,8
Panadería y pastas alimenticias	89,0	1,0
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	7,0	0,2
Café, Té e infusiones	5,0	0,2
Espicias, salsas y condimentos	S/D	S/D
Platos y comidas preparadas	15,0	0,6
Preparados alimenticios homogeneizados	0,0	0,0
Otros productos alimenticios	63,0	2,1
Productos alimentación animal	31,0	0,2
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	19,0	1,4
Vinos	46,0	0,6
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	0,0	0,0
Bebidas no alcohólicas	S/D	S/D

FUENTE: MAPA. Datos de 2021



DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La comunidad autónoma de Islas Baleares cuenta con 1.232.014 habitantes y cerca de 5.000 km² de superficie, un 2,5% y un 1% sobre el total nacional, respectivamente. Además, tiene una notable actividad turística como indican sus cifras de hostería y restauración. El poder de compra de las familias de Islas Baleares, en función del gasto medio por persona, es superior a la media nacional (un 7,3% por encima).

En Islas Baleares hay 1.775 locales para actividades de distribución alimentaria. Se contabilizan 719 supermercados y 12 hipermercados, que suman 385.246 m². La densidad comercial se sitúa en 312,7 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades para ventas ambulantes y mercadillos se cifran en 1.073 un 2,9% sobre el total nacional.

ISLAS BALEARES. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	51
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	2
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	13
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	19
Fabricación de productos lácteos	42
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	9
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	242
Fabricación de otros productos alimenticios	84
Fabricación de productos para alimentación animal	3
Fabricación de bebidas	127
TOTAL	592

FUENTE: INE.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN ISLAS BALEARES

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
ISLAS BALEARES	12.846	1.775	460	138	121	12	1.073
ISLAS BALEARES/ ESPAÑA (%)	2,5	1,8	3,5	2,4	2,5	2,3	2,9

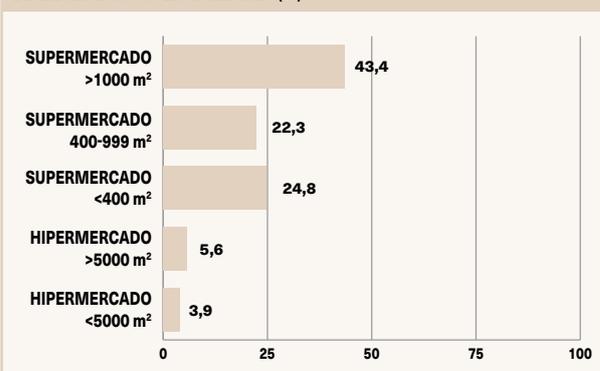
CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2023, en las Islas Baleares se registró un gasto per cápita en alimentación de 1.988,0 euros (un 14,9% superior a la media nacional). Carne (18,8%), pescado (11,0%), frutas frescas (9,4%), derivados lácteos (9,2%), hortalizas frescas (6,9%), bollería, pastelería, galletas y cereales (4,5%) y pan (3,7%) 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 (115,8%), vino (62,7%), bebidas refrescantes y gaseosas (51,9%), pesca (10,5%), derivados lácteos (22,2%) o bollería, pastelería y galletas (18,2%) mientras que, por el contrario, gastan menos en leche (-7,3%) y huevos (-9,6%).

En términos medios, durante el año 2023 cada persona en Islas Baleares consumió 126 huevos, 44,7 kilos de carne, 18,5 kilos de pescado, 58,1 litros de leche, 37,7 kilos de derivados lácteos, 28,9 kilos de

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN BALEARES (%)



pan, 13,1 litros de aceite, 22,5 litros de cerveza, 55,2 kilos de hortalizas frescas, 86,3 kilos de frutas frescas, 17,2 kilos de platos preparados, 135,1 litros de agua embotellada y 49,7 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

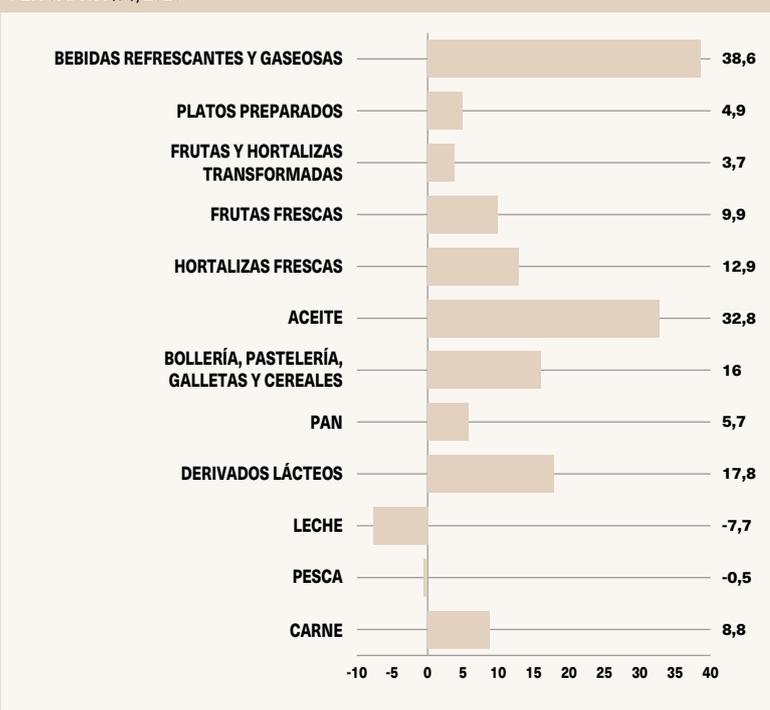
ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN BALEARES (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	25,2	1,3	-9,6
CARNE	373,0	18,8	8,8
PESCA	219,3	11,0	10,5
LECHE	56,9	2,9	-7,3
DERIVADOS LÁCTEOS	182,2	9,2	22,2
PAN	72,7	3,7	1,1
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	89,8	4,5	18,2
CHOCOLATES Y CACAOS	31,7	1,6	10,2
ACEITE	59,9	3,0	33,9
VINO	37,8	1,9	62,7
CERVEZAS	38,0	1,9	20,8
ZUMO Y NÉCTAR	10,9	0,5	26,9
PATATAS	36,1	1,8	8,7
HORTALIZAS FRESCAS	137,0	6,9	19,3
FRUTAS FRESCAS	186,9	9,4	16,5
FRUTOS SECOS	36,0	1,8	27,7
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	34,1	1,7	3,9
PLATOS PREPARADOS	92,9	4,7	6,8
CAFÉS E INFUSIONES	34,8	1,8	10,0
AGUA MINERAL	28,6	1,4	115,8
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	61,3	3,1	51,9
OTROS PRODUCTOS	142,9	7,2	14,7
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.988,0	100,0	14,9

Tomando como referencia la media nacional, en Islas Baleares se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de aceite (32,8%), bollería, pastelería, galletas y cereales (16,0%), bebidas refrescantes y gaseosas (38,6%), derivados lácteos (17,8%) y hortalizas frescas (12,9%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en pescado (-0,5%) y leche (-7,7%).



DESVIACIÓN DE BALEARES CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN BALEARES EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL

70 litros de agua mineral

14 litros de bebidas refrescantes

2 litros de vino

6 kilos de derivados lácteos

6 kilos de hortalizas frescas

8 kilos de frutas frescas

2 kilos de carne de pollo

1 kilo de carne de cerdo

2 kilos de pan

2 kilos de patatas

2 litro de aceite de oliva

3 litros de cerveza

2 litros de zumo y néctares

CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL

13 unidades de huevos

5 litros de leche

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En cuanto a los servicios de restauración y bares hay 9.239 locales, un 3,5% del total nacional. Islas Baleares es una de las comunidades autónomas que

tiene un mayor número de plazas hoteleras a nivel nacional. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN BALEARES

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
BALEARES	9.239	4.946	3.533	760	204.749
BALEARES/ESPAÑA (%)	3,5	6,1	2,2	4,0	13,3

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE ISLAS BALEARES

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

BINISSALEM

PLA I LLEVANT

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

ACEITES

OLI DE MALLORCA

ACEITUNAS

OLIVA DE MALLORCA *

FRUTOS SECOS

ALMENDRA DE MALLORCA *

QUESOS

MAHÓN-MENORCA *

DENOMINACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

HERBES DE MALLORCA

HIERBAS IBICENCAS

GIN DE MAHÓN

PALO DE MALLORCA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

EMBUTIDOS

SOBRASSADA DE MALLORCA *

GALLETAS, BOLLERÍA Y DULCES

ENSAIMADA DE MALLORCA

FRUTOS SECOS

ALMENDRA DE MALLORCA

VINOS DE LA TIERRA

VINOS DE LA TIERRA

FORMENTERA

IBIZA

ILLES BALEARS

ISLA DE MENORCA

MALLORCA



SERRA TRAMUNTANA-COSTA NORD

MARCAS DE GARANTÍA

ALMENDRA MALLORQUINA (A)

AIXÒ ÉS MEL

ANYELL D'E

CARNE DE CORDERO (MMS)

CARNE DE CERDO (PMS)

CÍTRICS SES MARJADES

ÉS MEL

FET NOSTRO

FLAÓ D'E

MEL D'M

MARCA GRÁFICA

TOMÀTIGA DE RAMELLET

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSELL BALEAR DE AGRICULTURA ECOLÓGICA

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



LA RIOJA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de La Rioja ascendió en 2023 a cerca de 794 millones de euros, de los que 596 millones fueron aportados por las producciones agrícolas (Producción Final Vegetal, PFV) y 167 millones de euros por las producciones ganaderas (Producción Final Ganadera, PFG). El resto de la PFA (31 millones de euros) fueron las aportaciones de otras producciones y servicios agrícolas.

Una vez considerados los costes de producción, las amortizaciones y las subvenciones no vinculadas a la producción, se desprende una Renta Agraria de unos 410 millones de euros.

Dentro de la producción vegetal, que representó el 75% de la PFA, el subgrupo que más aporta es el de la uva de vinificación. La vendimia 2023 terminó con una producción de vino inferior a los 1,9 millones de

hectolitros, un 12% menos que en 2022. La mayor parte de este volumen fueron vinos amparados por la Denominación de Origen Calificada (DOCa) Rioja.

Por su parte, las producciones hortícolas representan en La Rioja cerca del 30% de la PFA. En 2023, el balance para las hortalizas fue desigual, pues hubo

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2021	2022
ACEITE DE OLIVA	2,2	2,65
ALCACHOFAS	2,1	2,5
ALMENDRA	3,4	5,6
BRÓCOLI	2,1	2
CEBADA	78,8	51,5
CEBOLLA	1,7	3,7
CHAMPIÑÓN	68	68
COLIFLORES	6,6	8,1
JUDÍAS VERDES	16,1	18
MAÍZ	4,2	4,5
MANZANA	8,6	11
MELOCOTONES	6,4	7,5
PATATAS	29,5	30,5
PERAS	40	48,5
PIMIENTOS	6,3	5,6
REMOLACHA AZUCARERA	64,3	58
TOMATES	7,1	8,2
TRIGO	130,9	72
VINOS (miles de hl.)	2.084,7	1.836
ZANAHORIAS	9,3	10,2
CARNE DE PORCINO	1,35	1,24
CARNE DE VACUNO	2,2	2,1
CARNE DE OVINO	3,5	2,7
CARNE DE CAPRINO	0,1	0,10
LECHE DE OVEJA	0,77	0,73
LECHE DE VACA	26,56	24,5
LECHE DE CABRA	1,25	1
HUEVOS (Millones de docenas)	3,6	3,3

FUENTE: MAPA



mayores cosechas en productos como la alcachofa, la coliflor, la judía zanahoria o el tomate; mientras que fueron peores en otros, como el pimiento o el brócoli.

Por su parte, se mantuvo estable la producción de champiñón, una de las producciones más características de La Rioja, y aumentó la cosecha de patata con un 3% más que en 2022.

En cuanto a la fruta, se produjeron incrementos de cosecha en fruta de pepita (peras y manzanas, especialmente) y en las de hueso (melocotón).

Por su lado, la producción de cereal fue muy mala en general. Descendió un 35% la cosecha de cebada y un 45% la cosecha de trigo. Sólo la cosecha de maíz se saldó con un resultado positivo (7% más que un año antes).

Finalmente, la cosecha de aceite de oliva (campaña 2023/24) mejoró un 20% y se situó en 2.650 toneladas.

En cuanto a las producciones ganaderas, la mayor aportación a la renta fue la de las carnes, con el porcino a la cabeza. En 2023 disminuyó la producción de carne de porcino (un 8%), ovino (23%), vacuno (5%) y caprino. La Rioja también produce carne de pollo, que es el segundo subsector que más aporta a la renta agraria, después del porcino.

Igualmente, en La Rioja hay granjas dedicadas a la producción de huevos, aunque su aportación a la renta no es tan importante. En 2023 la producción de huevos de gallina se redujo un 8% respecto al volu-

men del año anterior, la mayor caída de todas las comunidades.

En cuanto a la evolución del sector lácteo, la producción de leche de vaca disminuyó un 8%, hasta las 24.500 toneladas, y lo mismo sucedió con la producción de leche de oveja (5% menos) y de cabra (20% menos). La producción ganadera se complementa con las aportaciones de las explotaciones apícolas, que en 2023 se redujeron mucho por la sequía.

Respecto al comercio exterior, al igual que en el año anterior, las exportaciones agroalimentarias volvieron a crecer (6,1%), alcanzando un importe de 867 millones de euros, el 1,2% del total nacional. Entre todas las producciones, los vinos, las hortalizas y las frutas fueron los productos más exportados, aunque en los últimos años han ido ganando peso las exportaciones de carnes. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN LA RIOJA (Millones de Euros)

Subsectores	LA RIOJA Cifra de Negocio	% LA RIOJA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	2.176	1,6
Industria cárnica	283,1	0,9
Industria de Pescado	24,7	0,3
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	424	3,7
Aceites y Grasas	8,5	0,1
Productos Lácteos	S/D	S/D
Molinería y almidones	54,7	1,3
Panadería y pastas alimenticias	78,0	0,8
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	S/D	S/D
Café, Té e infusiones	S	S
Especias, salsas y condimentos	60,9	4,3
Platos y comidas preparadas	204,6	8,3
Preparados alimenticios homogenizados	0,0	0,0
Otros productos diversos	14,6	0,5
Productos alimentación animal	36,8	0,2
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	S/D	S/D
Vinos	832,7	11,2
Sidra y otras bebidas fermentadas	S/D	S/D
Cerveza y malta	0	0
Bebidas no alcohólicas	1,2	0,0

FUENTE: MAPA. Datos de 2021

LA RIOJA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS	
Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	67
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	5
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	52
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	21
Fabricación de productos lácteos	12
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	4
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	107
Fabricación de otros productos alimenticios	35
Fabricación de productos para alimentación animal	3
Fabricación de bebidas	356
TOTAL	306

FUENTE: INE

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La Rioja ocupa una superficie de 5.028 km² y tiene 324.009 habitantes. Logroño cuenta con más de la mitad de la población. El poder de compra de los habitantes de esta comunidad autónoma, tomando como referencia el gasto medio por persona, es ligeramente inferior a la media nacional (2,5% inferior).

En esta comunidad hay 3.472 actividades comerciales minoristas. Aquellas que se ciñen específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 752. La Rioja cuenta con 152 supermercados, 3 hipermercados y 181 actividades de comercio ambulante o mercadillos.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN LA RIOJA

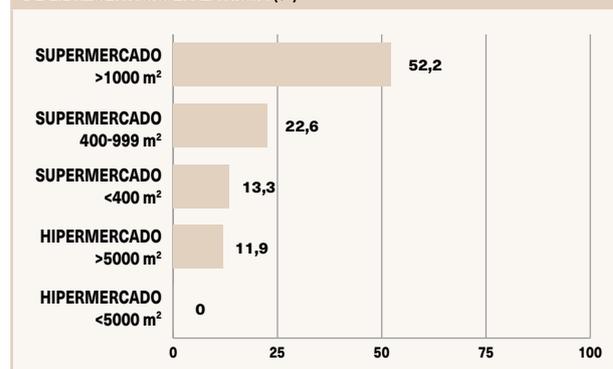
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
LA RIOJA	3.472	752	78	36	38	3	181
LA RIOJA/ ESPAÑA (%)	0,7	0,8	0,6	0,6	0,8	0,6	0,5

CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2023, La Rioja registró un gasto per cápita en alimentación de 1.764,2 euros (un 1,9% superior a la media nacional). Carne (23,5%), pescado (11,6%), frutas frescas (9,4%), derivados lácteos (7,8%), hortalizas frescas (5,4%), pan (4,9%), y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,0%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de La Rioja cuentan con un gasto superior en carne (21,0%), leche (23,7%), pan (19,9%), aceite (34,6%), chocolates y cacao (18,5%) y vino (22,3%) mientras que, por el contrario, gastan menos en bebidas refrescantes y gaseosas (-20,6%), patatas (-23,7%), cervezas (-38,4%), hortalizas frescas

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN LA RIOJA (%)



(-16,4%), derivados lácteos (-7,6%) o bollería, pastelería y galletas (-7,8%).

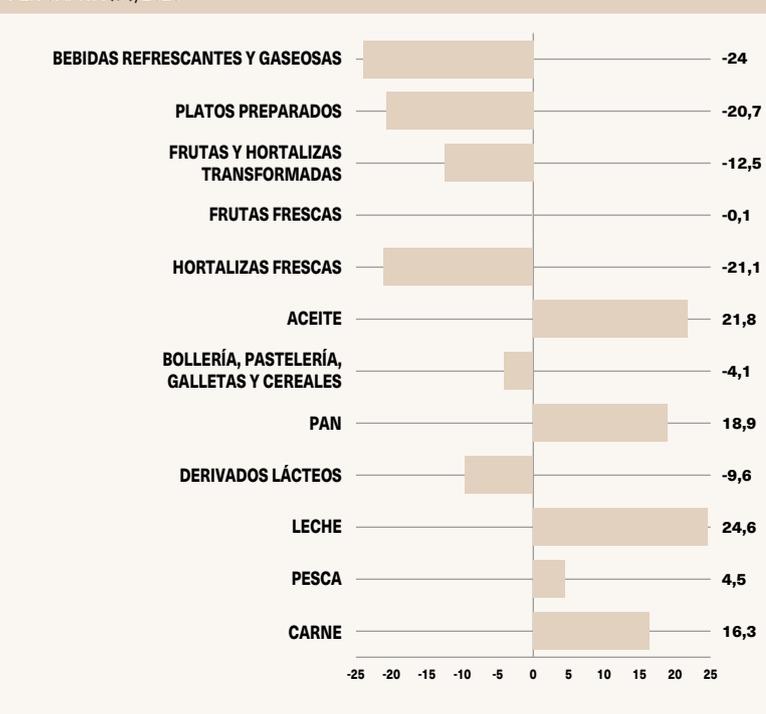


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN LA RIOJA (HOGARES), 2022			
	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	26,7	1,5	-4,0
CARNE	414,7	23,5	21,0
PESCA	205,0	11,6	3,2
LECHE	76,0	4,3	23,7
DERIVADOS LÁCTEOS	137,8	7,8	-7,6
PAN	86,3	4,9	19,9
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	70,1	4,0	-7,8
CHOCOLATES Y CACAOS	34,1	1,9	18,5
ACEITE	60,2	3,4	34,6
VINO	28,4	1,6	22,3
CERVEZAS	19,4	1,1	-38,4
ZUMO Y NÉCTAR	07,3	0,4	-14,8
PATATAS	25,3	1,4	-23,7
HORTALIZAS FRESCAS	96,0	5,4	-16,4
FRUTAS FRESCAS	165,2	9,4	2,9
FRUTOS SECOS	22,4	1,3	-20,4
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	32,3	1,8	-1,5
PLATOS PREPARADOS	66,3	3,8	-23,8
CAFÉS E INFUSIONES	28,8	1,6	-8,9
AGUA MINERAL	11,3	0,6	-14,9
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	32,0	1,8	-20,6
OTROS PRODUCTOS	118,4	6,7	-4,9
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.764,2	100,0	1,9

En términos medios, durante el año 2023 cada persona en La Rioja consumió 143 huevos, 47,8 kilos de carne, 19,4 kilos de pescado, 78,4 litros de leche, 28,9 kilos de derivados lácteos, 32,5 kilos de pan, 12,0 litros de aceite, 10,7 litros de cerveza, 38,6 kilos de hortalizas frescas, 78,4 kilos de frutas frescas, 13,0 kilos de platos preparados, 53,9 litros de agua embotellada y 27,2 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 (21,8%), carne (16,3%), pan (18,9%) y leche (24,6%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-24,0%), frutas y hortalizas transformadas (-12,5%), platos preparados (-20,7%), hortalizas frescas (-21,1%) y derivados lácteos (-9,6%).

DESVIACIÓN DE REGIÓN DE LA RIOJA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LA RIOJA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
5 unidades de huevos	11 litros de agua mineral
6 litros de leche desnatada	9 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
15 litros de leche líquida	7 kilos de patatas
6 kilos de carne fresca	10 kilos de hortalizas frescas
1 kilo de carne de ovino/caprino	9 litros de cerveza
1 kilo de azúcar	1 litros de zumo y néctar
1 kilos de pescado fresco	3 kilos de derivados lácteos
5 kilos de pan	1 kilos de frutas y hortalizas transformadas
2 litros de aceite	3 kilos de platos preparados
4 litros de vino y derivados	

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares se cifran en 1.800, 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	1.800	381	1.353	66	6.234
LA RIOJA/ESPAÑA (%)	0,7	0,5	0,8	0,3	0,4

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE LA RIOJA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

CAVA **

RIOJA (DOCA) **

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

FRUTAS

PERAS DE RINCÓN DE SOTO *

ACEITES

ACEITE DE LA RIOJA *

QUESOS

QUESO CAMERANO *

FRUTOS SECOS

NUEZ DE PEDROSO

LEGUMBRES

ALUBIA DE ANGUIANO

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

CARNE DE ÁVILA ** / *

HORTALIZAS

COLIFLOR DE CALAHORRA *

PIMIENTO RIOJANO *

ESPÁRRAGO DE NAVARRA ** / *

EMBUTIDOS

CHORIZO RIOJANO *

VINOS

VALLES DE SADACIA *

ESPECIALIDADES TRADICIONALES GARANTIZADAS

JAMÓN SERRANO *

REGISTRADO Y CERTIFICADO

MAZAPÁN DE SOTO

QUESOS

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA DE LA RIOJA

MARCAS COLECTIVAS

CARNES

LA RIOJA, RESERVA DE LA BIOSFERA

FRUTAS

CIRUELA CLAUDIA DE NALDA Y QUEL

HARINAS

PAN SOBAO DE LA RIOJA

** Denominación compartida con otras CC AA / DOCa: Denominación de Origen Calificada / * Inscrita en el Registro de la UE



NAVARRA



AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) de Navarra alcanzó en 2023 un valor de 1.430 millones de euros, de los que unos 665 correspondieron a la aportación del sector agrícola (Producción Final Vegetal, PFV), otros 711 millones al sector ganadero (Producción Final Ganadera, PFG) y el resto (54,1 millones de euros) a las aportaciones del sector silvícola y de los servicios.

La Renta Agraria de la Comunidad Foral de Navarra se aproximó a los 723,5 millones de euros, según estimaciones, una vez restados los consumos intermedios, y sumadas las amortizaciones y subvenciones.

Tradicionalmente, el sector vegetal ha aportado más que el animal a la PFA navarra, pero las malas cosechas, la subida de los costes de producción y unos precios más moderados han provocado pérdidas de valor en los últimos años.

Dentro de la agricultura, el cultivo del cereal es el que ocupa una mayor superficie y en 2023 tuvo de nuevo malos resultados. Las cosechas de trigo y cebada se redujeron considerablemente y lo mismo sucedió con otros cereales secundarios.

Por delante de los cereales en su aportación a la PFA están las hortalizas, con el 21% del valor total aportado. En 2023 las cosechas en general fueron mucho peores que las del año precedente, aunque también hubo excepcio-

nes en verduras muy representativas como el espárrago, las espinacas, los guisantes o las cebollas. En cuanto a la patata, se registró un aumento del 2% en la cosecha total. Navarra incrementó también su producción de remolacha azucarera (70% más que un año antes).

El tercer grupo de cultivos en importancia económica es el de los forrajeros, que se destinan mayoritariamente a la alimentación animal.

Por su parte, el sector de las frutas tuvo un balance desigual, ya que algunas cosechas, como la de melocotón, casi no variaron, pero otras como la de manzana y pera se incrementaron.

En cuanto al vino, la vendimia tuvo un saldo negativo (3%). La producción, mayoritariamente amparada por denominación de origen, quedó en 584.000 hectolitros.

Otro sector que también es importante en la agricultura navarra es el del aceite de oliva, que saldó la campaña 2023/24 con resultados muy positivos, pues se produjeron 6.500 toneladas frente a las 5.000 de la campaña precedente.

Con respecto al sector ganadero, 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 importante) registró un aumento de producción del 1%; la

de vacuno del 3%, la de porcino del 5% y la de equino del 6%. En sentido contrario, en 2023 descendió una vez más la producción de carne de ovino (9%).

En 2023 se produjeron en Navarra 261.700 toneladas de leche de vaca (un 4% más que en 2022), lo que representó el 4% del total nacional. El 53% de esta producción se llevó a industrias de otras comunidades. Junto con la producción de leche de vaca, en Navarra se produjeron también unas 16.500 toneladas de leche de oveja, un 2% menos que en 2022. La producción de huevos aumentó un 2%, alcanzando los 32 millones de docenas.

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS
(Miles de toneladas)

PRODUCTO	2021	2022
ACEITE DE OLIVA	5	6,5
ALCACHOFAS	9,5	8,3
ARROZ CÁSCARA	10,30	7,8
BRÓCOLI	70,2	56,8
CALABACÍN	8,8	8,6
CEBADA	260,9	227,6
CEBOLLAS	22,4	23,5
COLIFLORES	24,8	18,1
COLZA	19,4	14,6
ESPÁRRAGO	6,8	6,90
ESPINACAS	20	20,1
GIRASOL	7,6	12,1
GUISANTES VERDES	18,2	22,7
MANZANA	5,9	8,6
MELOCOTONES	6,2	6,2
PATATAS	8,7	8,9
PERA	12,2	16,8
PIMIENTOS	35,5	30,16
REMOLACHA AZUCARERA	17,3	29,4
TOMATES	180,7	171
TRIGO	345	311
VINOS (miles de hl.)	602,5	584
CARNE DE AVES	93,9	95,08
CARNE DE EQUINO	3,6	3,8
CARNE DE OVINO	2,3	2,09
CARNE DE PORCINO	2,1	2,2
CARNE DE VACUNO	17,1	17,65
LECHE DE OVEJA	16,9	16,5
LECHE DE VACA	251,7	261,7
HUEVOS (Millones de docenas)	31,4	32

FUENTE: MAPA

Respecto al comercio exterior, las exportaciones crecieron un 3,6% respecto al año anterior, alcanzando un valor de 1.712 millones de euros, el 2,5% del total nacional. ■

NAVARRA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS

Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	63
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	6
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	67
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	10
Fabricación de productos lácteos	57
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	2
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	138
Fabricación de otros productos alimenticios	75
Fabricación de productos para alimentación animal	25
Fabricación de bebidas	120
TOTAL	563

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	4.393	3,2
Industria cárnica	722,1	2,3
Industria de Pescado	54,4	0,8
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	1.523,672	13,2
Aceites y Grasas	72,2	0,6
Productos Lácteos	124,9	1,2
Molinería y almidones	172,873	4,0
Panadería y pastas alimenticias	234,7	2,5
Azúcar	S/D	S/D
Cacao, Chocolate y confitería	22,434	0,6
Café, Té e infusiones	20,3	0,8
Espicias, salsas y condimentos	58,2	4,1
Platos y comidas preparadas	112,428	4,5
Preparados alimenticios homogeneizados	S/D	S/D
Otros productos diversos	480,5	16,2
Productos alimentación animal	325,158	1,9
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	43,6	3,3
Vinos	261,8	3,5
Sidra y otras bebidas fermentadas	15,924	11,6
Cerveza y malta	S/D	S/D
Bebidas no alcohólicas	S/D	S/D

FUENTE: MAPA. Datos de 2021

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

Navarra tiene 678.093 habitantes y una superficie de 9.801 km², poco más de un 1,4% y casi un 2% sobre el total nacional, respectivamente. El poder de compra de los consumidores navarros, tomando como referencia el gasto medio por persona, es casi 11 puntos superior a la media nacional.

En Navarra hay 1.556 actividades comerciales minoristas especializadas en la distribución de alimentación. Esta comunidad cuenta con 395 supermercados y 10 hipermercados –estos 405 establecimientos suponen 205.738 m² que generan una densidad comercial de 303,4 m² cada 1.000 habitantes–. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos ascienden a 353, un 1,0% del total nacional.

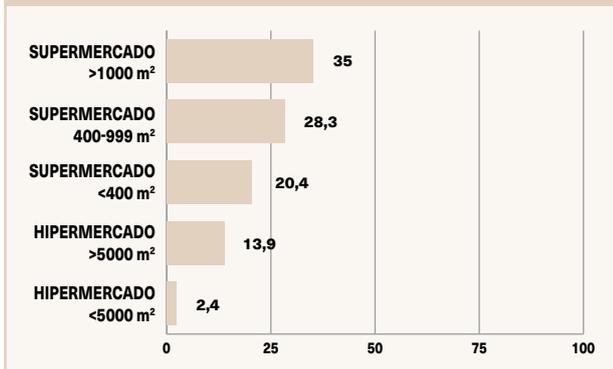
DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN NAVARRA

	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
NAVARRA	6.618	1.556	253	91	51	10	353
NAVARRA/ ESPAÑA (%)	1,3	1,6	1,9	1,6	1,1	2,0	1,0

ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN NAVARRA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	35,0	1,7	25,4
CARNE	437,6	21,7	27,6
PESCA	241,7	12,0	21,8
LECHE	75,6	3,8	23,1
DERIVADOS LÁCTEOS	149,5	7,4	0,2
PAN	99,3	4,9	38,0
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	74,2	3,7	-2,3
CHOCOLATES Y CACAOS	30,8	1,5	6,9
ACEITE	55,2	2,7	23,5
VINO	25,3	1,3	9,1
CERVEZAS	28,1	1,4	-10,7
ZUMO Y NÉCTAR	07,0	0,3	-18,1
PATATAS	32,7	1,6	-1,5
HORTALIZAS FRESCAS	179,2	8,9	56,0
FRUTAS FRESCAS	233,6	11,6	45,5
FRUTOS SECOS	31,3	1,6	11,1
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	35,7	1,8	8,7
PLATOS PREPARADOS	60,4	3,0	-30,6
CAFÉS E INFUSIONES	36,0	1,8	13,8
AGUA MINERAL	06,0	0,3	-54,7
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	26,0	1,3	-35,6
OTROS PRODUCTOS	115,3	5,7	-7,5
TOTAL ALIMENTACIÓN	2.015,5	100,0	16,4

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN NAVARRA (%)



CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2023, Navarra registró un gasto per cápita en alimentación de 2.015,5 euros (un 16,4% superior a la media nacional). Carne (21,7%), pescado (12,0%), frutas frescas (11,6%), hortalizas frescas (8,9%), derivados lácteos (7,4%), 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 Navarra cuentan con un gasto superior en pan (38,0%), carne (27,6%), huevos (25,4%), pesca (21,8%), frutas frescas (45,5%), aceite (23,5%), chocolates y cacao (6,9%), hortalizas frescas (56,0%) y leche (23,1%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-54,7%), zumo y néctar (-18,1%), platos preparados (-30,6%), cervezas (-10,7%), bollería, pastelería y cereales (-2,3%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-35,6%).

Detrás de estos sellos hay mucho más que un buen sabor y una gran calidad. Hay climas y paisajes únicos, hay sabiduría y trabajo.

REYNO GOURMET, CALIDAD NAVARRA

AQUÍ ESTÁ NAVARRA



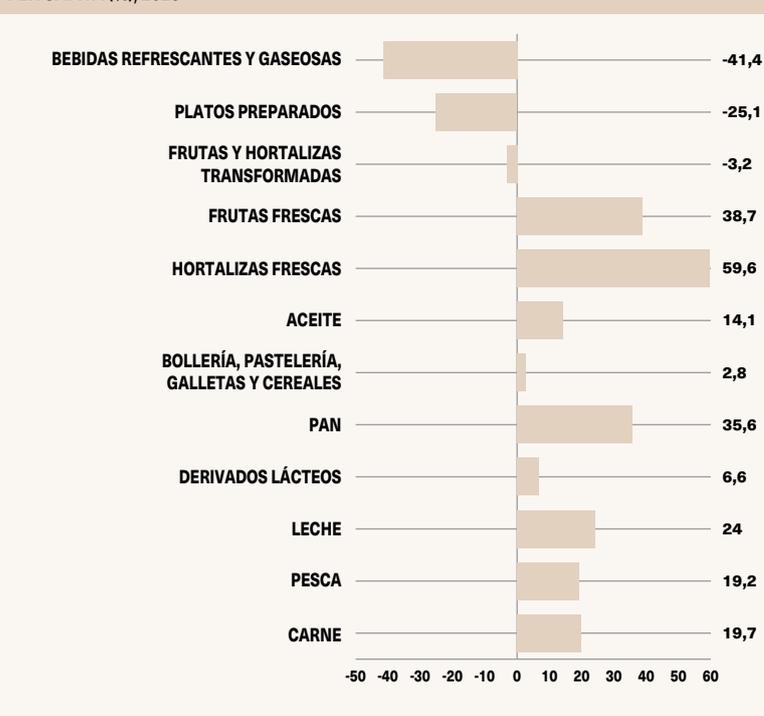
ReynoGourmet.com



En términos medios, durante el año 2023 cada persona en Navarra consumió 174 huevos, 49,2 kilos de carne, 22,1 kilos de pescado, 78,0 litros de leche, 34,1 kilos de derivados lácteos, 37,1 kilos de pan, 11,3 litros de aceite, 15,0 litros de cerveza, 78,1 kilos de hortalizas frescas, 108,9 kilos de frutas frescas, 12,3 kilos de platos preparados, 28,9 litros de agua embotellada y 21,0 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 (35,6%), pesca (19,2%), carne (19,7%), aceite (14,1%), frutas frescas (38,7%), hortalizas frescas (59,6%), leche (24,0%) y derivados lácteos (6,6%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-41,4%), platos preparados (-25,1%) y frutas y hortalizas transformadas (-3,2%).

DESVIACIÓN DE NAVARRA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN NAVARRA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
36 unidades de huevos	36 litros de agua mineral
30 kilos de frutas frescas	15 litros de gaseosas y bebidas refrescantes
29 kilos de hortalizas frescas	1 kilos de queso
10 kilos de pan	1 litros de zumo y néctar
4 kilos de pesca	1 kilo de pastas
9 kilos de carne fresca	1 litro de batidos de leche
11 litros de leche desnatada	4 kilos de platos preparados
1 litros de aceite de oliva	2 kilos de patatas
2 kilos de carne de vacuno	4 litros de cervezas
2 kilos de carne de pollo	

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En Navarra, hay 2.779 actividades para servicios de restauración y bares, en torno a un 1,1% sobre el conjunto nacional. La participación del equipa-

miento de Navarra en el total de restaurantes, bares y hoteles es una de las más reducidas a nivel nacional. ■

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN EN NAVARRA

	Establecimientos de servicio de comidas y bebidas	Restaurantes	Bares	Comedores Colectivos	Plazas hoteleras
NAVARRA	2.779	730	1.914	135	11.532
NAVARRA/ESPAÑA (%)	1,1	0,9	1,2	0,7	0,8

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

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DE NAVARRA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

VINOS

NAVARRA *

RIOJA (DOCA) **/

CAVA **/ *

PAGO ARÍNZANO *

PAGO OTAZU *

PRADO DE IRACHE

BOLANDÍN *

LARRAINZAR

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

IDIAZABAL **/ *

RONCAL *

ACEITES

ACEITE DE NAVARRA *

HORTALIZAS

PIMIENTO DEL PIQUILLO DE LODOSA *

MARCAS DE CALIDAD

ALIMENTOS ARTESANOS

PRODUCCIÓN INTEGRADA

MARCA DE GARANTÍA

REYNO GOURMET

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA DE NAVARRA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

BEBIDAS ESPIRITUOSAS

PACHARÁN NAVARRO *

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

HORTALIZAS

ALCACHOFA DE TUDELA

ESPÁRRAGO DE NAVARRA **/

CARNES

TERNERA DE NAVARRA *

CORDERO DE NAVARRA *

DERIVADOS CÁRNICOS

CHISTORRA DE NAVARRA

VINOS

VINOS DE LA TIERRA 3 RIBERAS

VINO DE LA TIERRA DEL QUILES **/ *

** Denominación compartida con otras CC AA / DOCa: Denominación de Origen Calificada / * Inscrita en el Registro de la UE



PAÍS VASCO

AGRICULTURA Y GANADERÍA

La Producción Final Agraria (PFA) del País Vasco en 2023 ascendió a 565 millones de euros. A esta cantidad contribuyó la Producción Final Vegetal (PFV), con 289,2 millones y la Producción Final Ganadera (PFG), con 253,6 millones de euros. El resto de las aportaciones fueron procedentes del sector servicios y de otras actividades agrarias, que sumaron un valor cercano a los 23,3 millones de euros.

Dentro de las producciones agrícolas, las cosechas fueron mejores que las del año precedente y, además, los precios no fueron malos. Al contrario que en el resto del país, se produjo un incremento de la producción de cebada (5,8%), avena (7,8%) y trigo (13,6%), al tiempo que también se mantuvo en niveles similares a otros años, la producción de maíz.

En el grupo de las hortalizas hubo mejores cosechas para producciones como la lechuga, el puerro o el tomate, al tiempo que en el sector de la patata se produjo un aumento importante de la cosecha (18% más), que alcanzó las 53.600 toneladas ese año. Otra producción en auge fue la de remolacha azucarera. Los buenos precios internacionales del azúcar provocaron un aumento de las siembras y de la producción, que quedó finalmente un 3,3% por encima del año anterior, al recogerse hasta 95.200 toneladas.

En cuanto a las frutas, hubo un descenso generalizado en la cosecha de manzana de mesa (un 18,2% menos), compensado por una buena pomarada, porque la producción de manzana para sidra aumentó un 18%. Además de las frutas de pepita, también se recogieron kiwis (unas 2.000 toneladas).

Respecto a la producción de vino, se produjo una disminución de la cantidad de uva vendimiada y del vino producido. Así, se alcanzó un volumen de 675.900 hectolitros, un 2,7% menos que en 2022. La mayor parte de esta producción se vio amparada por una marca de calidad diferenciada.

En el sector ganadero, la producción de leche de vaca descendió un 3% en 2023, con un total de 155.000 toneladas. La producción del sector lácteo se complementa con las aportaciones de las leches de oveja y cabra, que son importantes también para la industria quesera regional. Ese año se produjo una caída del 8,5% en la producción de leche de oveja,



que quedó en 4.300 toneladas, frente a un aumento espectacular de la leche de cabra, que casi llegó a 700 toneladas, cuando un año antes no había llegado ni a 100 toneladas.

Por lo que respecta a las carnes, sólo la producción de carne de ovino –que es muy minoritaria en la región– tuvo un saldo positivo (20% más) con respecto al año anterior. Así, se registró un descenso del 8% en la producción de carne de vacuno (que económicamente es la más importante), al confirmarse un volumen de 10.120 toneladas. Asimismo, también descendió un 7% la producción de carne de porcino, que quedó en 1.300 toneladas. Finalmente, la producción de huevos aumentó un 16%.

En la renta agraria del País Vasco tiene mucha importancia la aportación del sector forestal. En 2023 su valor se incrementó por la subida de precios y también porque la producción se mantuvo estable.

Respecto al comercio exterior, las exportaciones agroalimentarias alcanzaron un valor de 2.070 millones de euros, el 3% del total nacional y un 2% más que en 2022.

PESCA EN EL PAÍS VASCO

En el País Vasco había 194 embarcaciones pesqueras en 2023, el 2% del total español. Estas embarcaciones

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)		
PRODUCTO	2021	2022
ACEITE	0,1	0,1
AVENA	25,6	27,60
CEBADA	63,4	67,10
KIWI	2	2
LECHUGA	8,4	8,7
MAÍZ	0,5	0,5
MANZANAS DE MESA	3,3	2,7
MANZANAS DE SIDRA	8,3	9,8
NUEZ	0,5	0,4
PATATAS	45,4	53,6
PUERRO	3,6	3,6
REMOLACHA AZUCARERA	92,2	95,2
TOMATE	5,6	5,9
TRIGO	93,6	106,3
VINOS (miles de hl.)	695	675,9
CARNE DE OVINO	0,5	0,6
CARNE DE VACUNO	11	10,12
CARNE DE PORCINO	1,4	1,3
LECHE DE CABRA	0,08	0,7
LECHE DE OVEJA	4,7	4,3
LECHE DE VACA	159,7	154,9
HUEVOS (Millones de docenas)	28,08	32,6

FUENTE: MAPA

PAÍS VASCO. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS	
Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	87
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	49
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	31
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	5
Fabricación de productos lácteos	163
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	5
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	353
Fabricación de otros productos alimenticios	132
Fabricación de productos para alimentación animal	10
Fabricación de bebidas	459
TOTAL	1.294

eran las mismas que un año antes. Su arqueo llegaba hasta 84.623 GT (26,89% del total nacional) y su potencia rondaba los 139.163 CV (18,47 % del total nacional).

La eslora promedio era de algo más de 30,236 metros, la mayor de todo el país, mientras que su antigüedad media era de 22 años, la menor de España. 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 producción acuícola, destaca su producción de trucha (unas 60 toneladas) y de mejillones.

Según datos del INE, en el País Vasco había en 2023 un total de 49 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, tres más que en el año anterior. ■

DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EL PAÍS VASCO (Millones de Euros)		
Subsectores	PAÍS VASCO Cifra de Negocio	% PAÍS VASCO/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	4.598	3,4
Industria cárnica	174,0	0,5
Industria de Pescado	533,0	7,4
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	28,0	0,2
Aceites y Grasas	1,0	0,0
Productos Lácteos	374,0	3,6
Molinería y almidones	1,0	0,0
Panadería y pastas alimenticias	450,0	4,9
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	76,0	2,1
Café, Té e infusiones	61,0	2,3
Especias, salsas y condimentos	34,0	2,4
Platos y comidas preparadas	53,0	2,1
Preparados alimenticios homogeneizados	14,0	1,4
Otros productos diversos	112,0	3,8
Productos alimentación animal	1.005,0	5,9
Bebidas espirituosas	30,0	2,2
Vinos	562,0	7,6
Sidra y otras bebidas fermentadas	22,0	16,3
Cerveza y malta	6,0	0,1
Bebidas no alcohólicas	1.060,0	19,8

FUENTE: MAPA. Datos de 2021

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

El País Vasco cuenta con 2.227.746 habitantes y 7.089 km² de extensión, un 4,6% de la población y un 1,4% del territorio sobre el total nacional. Vizcaya y Guipúzcoa concentran cerca del 85% de la población. En función del gasto medio por persona, el poder de compra de los consumidores vascos supera en 18 puntos a la media nacional.

En el País Vasco hay 5.913 locales comerciales minoristas especializados en alimentación. Vizcaya tiene el 52,0%; Guipúzcoa, el 35,0%; y Álava, el 13,0%. En el conjunto de la comunidad hay 996 supermercados y 33 hipermercados, que suman un total de 649.294 m² y suponen una densidad comercial de 291,5 m² cada 1.000 habitantes. Las actividades relacionadas con la venta ambulante o en mercadillos se cifran en 559, un 1,5% sobre el total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EL PAÍS VASCO

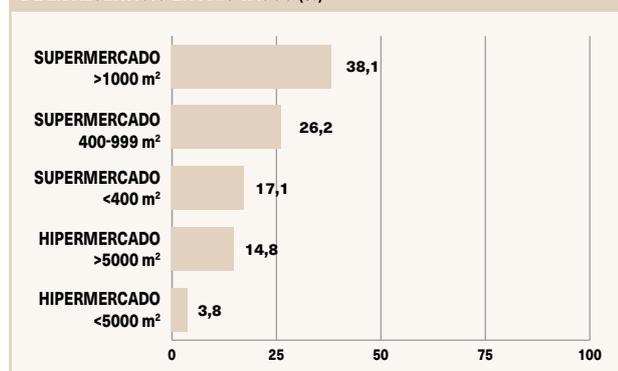
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
PAÍS VASCO	21.462	5.913	549	265	182	33	559
PAÍS VASCO/ESPAÑA (%)	4,2	6,0	4,2	4,6	3,8	6,4	1,5

CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2023, el País Vasco registró un gasto per cápita en alimentación de 2.009,6 euros (un 16,1% superior a la media nacional). Carne (21,0%), pescado (13,1%), frutas frescas (9,9%), derivados lácteos (7,7%), hortalizas frescas (6,9%), pan (4,4%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,3%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores del País Vasco cuentan con un gasto superior en huevos (23,9%), carne (22,9%), leche (24,0%), vino (30,8%), pescado (32,9%), aceite (38,9%), frutas y hortalizas transformadas (33,4%) y chocolates y cacao (35,2%), mientras que, por el contrario, gastan menos en agua mineral (-64,8%), zumo y néctar (-8,1%), platos preparados (-13,5%), cervezas (12,4%) y bebidas refrescantes y gaseosas (-31,1%).

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN PAÍS VASCO (%)

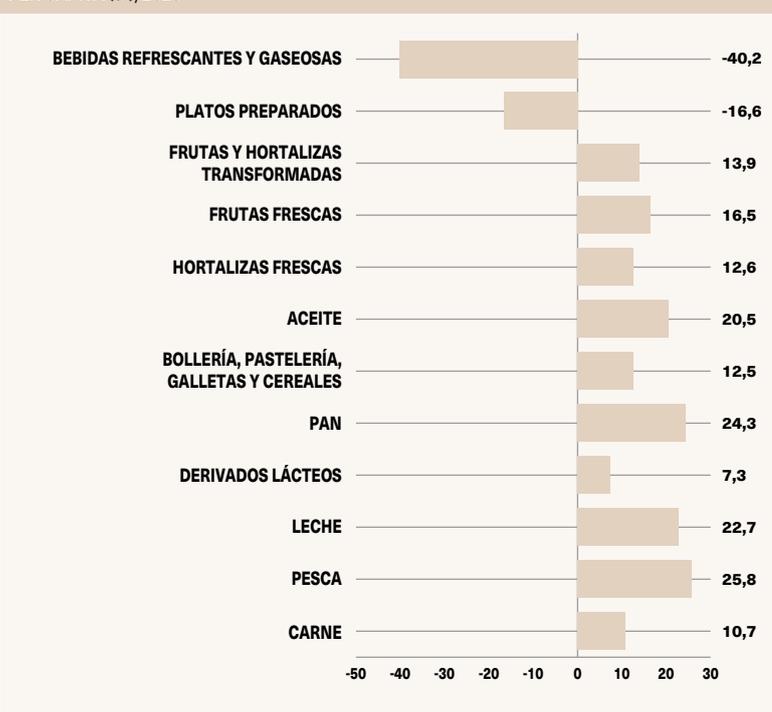


ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN EL PAÍS VASCO (HOGARES), 2022			
	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	34,5	1,7	23,9
CARNE	421,4	21,0	22,9
PESCA	263,8	13,1	32,9
LECHE	76,2	3,8	24,0
DERIVADOS LÁCTEOS	154,5	7,7	3,6
PAN	88,7	4,4	23,2
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	86,6	4,3	14,0
CHOCOLATES Y CACAOS	39,0	1,9	35,2
ACEITE	62,1	3,1	38,9
VINO	30,4	1,5	30,8
CERVEZAS	27,6	1,4	-12,4
ZUMO Y NÉCTAR	07,9	0,4	-8,1
PATATAS	35,0	1,7	5,5
HORTALIZAS FRESCAS	137,7	6,9	19,9
FRUTAS FRESCAS	199,1	9,9	24,0
FRUTOS SECOS	33,6	1,7	19,2
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	43,7	2,2	33,4
PLATOS PREPARADOS	75,3	3,7	-13,5
CAFÉS E INFUSIONES	32,9	1,6	4,0
AGUA MINERAL	04,7	0,2	-64,8
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	27,8	1,4	-31,1
OTROS PRODUCTOS	127,4	6,3	2,3
TOTAL ALIMENTACIÓN	2.009,6	100,0	16,1

En términos medios, durante el año 2023 cada persona del País Vasco consumió 171 huevos, 45,5 kilos de carne, 23,3 kilos de pescado, 77,2 litros de leche, 34,3 kilos de derivados lácteos, 34,0 kilos de pan, 11,9 litros de aceite, 15,4 litros de cerveza, 55,1 kilos de hortalizas frescas, 91,5 kilos de frutas frescas, 13,7 kilos de platos preparados, 19,9 litros de agua embotellada y 21,4 litros de bebidas refrescantes y gaseosas.

Tomando como referencia la media nacional, en el País Vasco se consume, en términos per cápita, una mayor cantidad de carne (10,7%), pescado (25,8%), leche (22,7%), frutas frescas (16,5%), pan (7,3%), aceite (20,5%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (12,5%), mientras que, por el contrario, el consumo es menor en bebidas refrescantes y gaseosas (-40,2%) y en platos preparados (-16,6%).

DESVIACIÓN DE PAÍS VASCO CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL PAÍS VASCO EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
32 unidades de huevos	45 litros de agua mineral
13 kilos de frutas frescas	14 litros de gaseosa y bebidas refrescantes
14 litros de leche líquida	4 litros de cerveza
4 kilos de pescado fresco	3 kilo de platos preparados
7 kilos de pan	1 kilo de helados y tartas
2 kilos de carne de vacuno	1 kilo de queso
6 kilos de hortalizas frescas	1 litro de batidos de leche
2 kilos de yogurt	1 kilo de pastas
2 litros de aceite	1 litro de zumo y néctar
1 kilos patatas	1 kilo de arroz
1 kilo de chocolate y cacao	

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Las actividades de restauración y bares alcanzan los 11.989 locales –un 4,5% sobre el total de España-. Vizcaya cuenta con el 53,8%, el 31,8% Guipúzcoa y el

14,4% 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	11.989	4.002	7.688	299	32.854
PAÍS VASCO/ESPAÑA (%)	4,5	4,9	4,7	1,6	2,1

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA DEL PAÍS VASCO

DENOMINACIONES DE ORIGEN

VINOS

ARABAKO TXAKOLINA (TXAKOLI DE ÁLAVA) *

BIZKAIKO TXAKOLINA (TXAKOLI DE VIZCAYA) *

CAVA **/

GETARIAKO TXAKOLINA (TXAKOLI DE GETARIA) *

RIOJA (DOCA) **/

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

QUESOS

IDIAZABAL **/

OTRAS BEBIDAS

EUSKAL SAGARDOA (SIDRA DEL PAÍS VASCO)

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNES

EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) *

HORTALIZAS

GERNIKAKO PIPERRA (PIMIENTO DE GERNIKA) *

AGRICULTURA ECOLÓGICA

CONSEJO DE AGRICULTURA Y ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA DE EUSKADI (ENEK)

MARCA DE GARANTÍA

FRUTAS Y HORTALIZAS

EUSKAL BASERRI (PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS DEL PAÍS VASCO)



EUSKO LABEL (LABEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

ACEITE

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

CARNES

EUSKAL BASERRIKO OILASKOA (POLLO DE CASERÍO VASCO)

EUSKAL ESNE BILDOTSA (CORDERO LECHAL DEL PAÍS VASCO)

EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO) *

EUSKAL BASERRIKO TXERRIA (CERDO DE CASERÍO) *

FRUTAS Y HORTALIZAS

ARABAKO PATATA (PATATA DE ÁLAVA)

IBARRAKO PIPARRAK (GUINDILLAS DE IBARRA)

EUSKAL TOMATEA (TOMATE DEL PAÍS VASCO)

EUSKAL LETXUGA (LECHUGA DEL PAÍS VASCO)

GERNIKAKO PIPERRA (PIMIENTO DE GERNIKA) *

LEGUMBRES

ARABAKO BABARRUN PINTOA (ALUBIA PINTA ALAVESA)

TOLOSAKO BABARRUNA (ALUBIA DE TOLOSA)

ARABAKO BABARRUN ARROZINA

(ALUBIA ARROCINA ALAVESA)

ARABAKO TXITXIRIOA

(GARBANZO DE ÁLAVA)

MIEL

EZTIA (MIEL)

OTRAS BEBIDAS

SIDRA GORENAK

PESCADO

HEGALUZEA (BONITO DEL NORTE)

ANTXOXA (ANCHOA)

BERDELA (VERDEL)

LÁCTEOS

EUSKAL ESNEA (LECHE DEL PAÍS VASCO)

HUEVOS

EUSKAL BASERRIKO ARRAUTZA (HUEVO DE CASERÍO VASCO)

** Denominación compartida con otras CC AA / DOCa: Denominación de Origen Calificada / Inscrita en el Registro de la UE

REGIÓN DE MURCIA

AGRICULTURA Y GANADERÍA

El valor de la Producción Final Agraria (PFA) de la Región de Murcia en 2023 fue de 3.511,4 millones de euros, un 3,4% más que en el año anterior. Por su lado, la renta agraria se incrementó un 16,7% y se situó en 1.363,4 millones de euros, una vez descontados todos los gastos (insumos) y subvenciones.

Para llegar a ese valor de la PFA, la Producción Final Vegetal (PFV) aportó 406 millones de euros y la Producción Final Ganadera (PFG) otros 1.045 millones de euros. El resto de la PFA (unos 60,4 millones) fueron aportaciones de otros sectores y servicios agrarios.

El 70% de la PFA procedió en 2023 de producciones vegetales y, a efectos de calcular la renta agraria, el valor generado por las hortalizas murcianas representó el 47% de la PFV, mientras que las frutas frescas aportaron el 17%, los cítricos el 14% y las flores-plantas el 5% (el resto son otras producciones). Un año más, la Región de Murcia lideró la cosecha nacional de frutas y hortalizas, sobresaliendo por su producción de albaricoque, limón, pomelo, apio, brócoli y alcachofa.

El subsector de las hortalizas tuvo un balance negativo, a pesar del aumento en algunas cosechas. Murcia lidera la cosecha nacional de brócoli y su producción disminuyó un 2%, hasta quedar por debajo



de las 200.000 toneladas. También se redujeron las cosechas de tomate, cebolla, lechuga o apio. Sin embargo, también hubo producciones como la alcachofa o la espinaca, con resultados positivos en 2023.

Igualmente, la producción de cítricos fue buena. Murcia aportó el 60% de la cosecha nacional de limones aproximadamente, con una producción de 640.000 toneladas (un 17% más). A esta producción se sumaron las cosechas de pomelo (10% más), mandarinas y naranjas. En cuanto a la frutas de hueso, la cosecha de melocotones fue superior a la de 2022, pero no así la de albaricoque, que quedó en 38.300 toneladas, un 6% menos. Del mismo modo, fue muy escasa la producción de almendras ese año.

La producción de uva de mesa aumentó hasta un 26%, pero la de uva de vinificación se redujo. Al final, la producción de vino murciana descendió un 37% hasta 453.000 hectolitros.

En cuanto al aceite de oliva, la producción en la campaña 2022/23 rondó las 7.800 toneladas, muy por debajo de la anterior. Ya en la campaña 2023/24 se consiguió una producción superior.

Dentro del sector ganadero, el subsector que más aporta es el porcino. En 2023 disminuyó la producción un 11%, hasta las 335.500 toneladas. También descendió (un 18%) la producción de carne de vacuno, que quedó en 16.270 toneladas. Igualmente fueron menores las producciones de carne de ovino (30% menos), caprino (31%) y conejo.

Por su lado, la aportación del sector lácteo a la renta agraria rondó los 60 millones de euros gracias a la subida de los precios, pues los volúmenes producidos fueron menores. El grueso de la producción fue leche de vaca (63.700 toneladas, un 3% más), mientras que la leche de cabra ascendió a 49.500 toneladas. La aportación ganadera a la renta se completó con el sector del huevo, que produjo un 1% más.

En cuanto al comercio exterior, las exportaciones agroalimentarias crecieron de nuevo en 2023. Así, el valor alcanzado por las ventas al exterior ascendió a 6.776,1 millones de euros, el 9,7% del total nacional y un 3,3% más que en 2022. Dentro de las exportaciones destacan las ventas de frutas y hortalizas.

PESCA EN LA REGIÓN DE MURCIA

La flota pesquera murciana estaba compuesta en 2023 por 191 embarcaciones (4 más que un año antes), el 2% del total nacional. Su arqueo llegó a 3.477 GT (1,11% del total), su potencia a 13.411 CV (1,78%) y su eslora promedio se situó en 11,07 metros. La antigüedad media de todas esas embarcaciones era de 38 años. La Región de Murcia cuenta con 4 co-fradías de pescadores, integradas en la Federación Nacional.

La pesca fresca subastada en las lonjas en 2023 ascendió a 2.766 toneladas, por un valor de algo más de 13,2 millones de euros. Respecto al año anterior, se produjo un descenso importante tanto en el valor como en el volumen. Los peces sumaron casi la totalidad de la producción pesquera (algo más de 2.562 toneladas) y dentro de ellos, los más vendidos en las lonjas el boquerón y la sardina. También se pescaron ese año 153 toneladas de crustáceos, gambas fundamentalmente, y 51,5 toneladas de moluscos, entre los que destacó el pulpo.

Por su lado, la producción acuícola alcanzó un valor de casi 217 millones de euros y un volumen de más de 19.050 toneladas. Murcia destaca en producción de atún rojo (es la primera región en engorde y representa el 70% de su producción), lubina, dorada y corvina.

Según datos del INE, había en 2023 un total de 20 empresas dedicadas al procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos, seis menos que un año antes. ■

REGIÓN DE MURCIA. NÚMERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS	
Subsectores	2023
Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos	91
Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	20
Procesado y conservación de frutas y hortalizas	124
Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales	34
Fabricación de productos lácteos	40
Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos	11
Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias	393
Fabricación de otros productos alimenticios	177
Fabricación de productos para alimentación animal	25
Fabricación de bebidas	88
TOTAL	1.003

PRINCIPALES PRODUCCIONES AGRÍCOLAS Y GANADERAS (Miles de toneladas)

PRODUCTO	2022	2023
ACEITE DE OLIVA	7,8	7,8
ALBARICOQUES	40,8	38,3
ALCACHOFAS	78,4	86,6
ALMENDRA CÁSCARA	26,9	14,6
APIO	127,4	87,4
BRÓCOLI	202,3	198,7
CALABACÍN	20,7	21,0
CEBADA	57,6	16,1
CEBOLLA	40	36,8
CIRUELAS	7,9	8,7
COL-REPOLLO	25,8	31,8
COLIFLORES	39,7	31,2
ESPINACAS	27,6	30,8
LECHUGAS	411,5	402
LIMONES	546,4	640,1
MANDARINAS-CLEMENTINAS	92,7	96,8
MELOCOTONES	190,1	214,7
MELÓN	172	147,8
NARANJAS	108,3	112,6
NECTARINAS	92,5	73,2
PATATAS	158,6	162,4
PEPINO	20,3	26
PERAS	16,6	22
PIMIENTOS	185,6	180
POMELO	32,2	35,4
SANDÍAS	181,8	147,4
TOMATES	219,1	201
TRIGO	24,5	6,8
UVAS DE MESA	179,8	225,7
VINOS (miles de hl.)	718	453,8
LECHE DE VACA	61,9	63,7
LECHE DE CABRA	49,3	49,5
CARNE DE VACUNO	19,8	16,27
CARNE DE PORCINO	375,2	335,3
CARNE DE OVINO	11,9	8,3
CARNE DE CONEJO	0,22	0,18
CARNE DE CAPRINO	1,3	0,9
HUEVOS (Millones de docenas)	29,4	29,6

FUENTE: MAPA



**SI QUIERES LLEGAR AL PERFIL
DE PÚBLICO QUE DEMANDA TU PRODUCTO**

VÉNDETE EN EL MEJOR MERCADO

**EMPRESARIOS, PYMES Y AUTÓNOMOS
EN MERCADOS MAYORISTAS**

**CIRCUITO NACIONAL DE PUBLICIDAD
23 MERCADOS MAYORISTAS**

+2.000 SOPORTES

+23.000.000 DE PERSONAS/AÑO

+18.000.000 DE VEHÍCULOS/AÑO

+3.600 EMPRESAS

014 MEDIA • Alcalá 106, Primero • 28009 MADRID

914 263 880 • infomercasa@014media.com

LONAS • MUPIS DIGITALES • PANTALLAS DIGITALES GRAN FORMATO

ACCIONES ESPECIALES • VALLAS • MUPIS ESTÁTICOS • BANDEROLAS

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

La Región de Murcia tiene 1.569.706 habitantes y ocupa una superficie de 11.313 km², un 3,2% y de un 2,3% sobre el total nacional, respectivamente. El poder de compra de los consumidores murcianos, tomando como referencia el gasto medio por persona, es inferior a la media nacional en casi 8 puntos.

En esta comunidad autónoma hay 15.893 actividades comerciales minoristas. Aquellas que se ciñen específicamente a la distribución de productos de alimentación se cuantifican en 2.647. En la Región de Murcia hay 643 supermercados y 12 hipermercados –estos 655 establecimientos suponen 458.455 m² y generan una densidad comercial de 292,1 m² cada 1.000 habitantes–. Las actividades relacionadas con la venta ambulante y en mercadillos ascienden a 1.869, un 5,1% del total nacional.

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN MURCIA

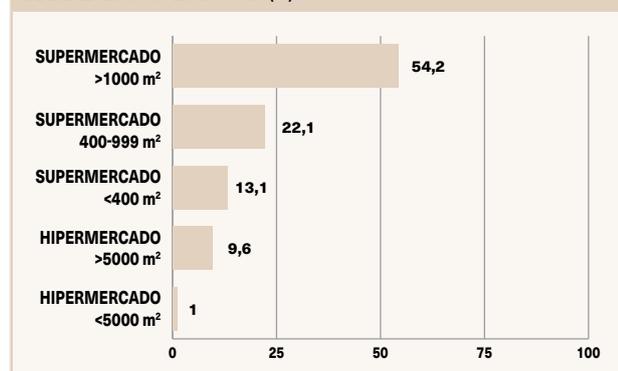
	Establecimientos de comercio minorista	Establecimientos especializados en alimentación y bebidas	Supermercados pequeños (< 399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (> 1.000 m ²)	Hipermercados	Actividades de comercio ambulante y mercadillos
REGIÓN DE MURCIA	15.893	2.647	302	172	169	12	1.869
REGIÓN DE MURCIA/ ESPAÑA (%)	3,1	2,7	2,3	3,0	3,5	2,3	5,1

CONSUMO ALIMENTARIO

Durante el año 2023, la Región de Murcia registró un gasto per cápita en alimentación de 1.729,4 euros (un -0,1% inferior a la media nacional). Carne (19,4%), pescado (11,6%), frutas frescas (9,2%), derivados lácteos (8,8%), hortalizas frescas (6,6%), platos preparados (5,2%), pan (4,0%) y bollería, pastelería, galletas y cereales (4,2%) cuentan con la mayor participación sobre el gasto total.

En comparación con la media nacional, los consumidores de la Región de Murcia cuentan con un gasto superior en agua mineral (46,1%), cervezas (8,9%), pesca (1,5%), derivados lácteos (2,6%), cafés e infusiones (10,8%), frutas y hortalizas transformadas (6,6%), platos preparados (3,3%) y bebidas refrescantes y gaseosas (23,5%), mientras que, por el contrario, gastan menos en vino (-32,7%), aceite (-26,6%), carne (-2,0%), leche (-6,0%), huevos (-13,0%) y patatas (-4,2%).

SUPERFICIE DE LOS ESTABLECIMIENTOS ALIMENTARIOS DE LIBRESERVICIO EN MURCIA (%)



DATOS DE LA ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN MURCIA (Millones de Euros)

Subsectores	MURCIA Cifra de Negocio	% MURCIA/ ESPAÑA Cifra de Negocio
Total Industria Alimentaria	7.022	5,2
Industria cárnica	1.971,0	6,2
Industria de Pescado	164,0	2,3
Prepa./Conservas frutas y hortalizas	1.529,0	13,2
Aceites y Grasas	24,0	0,2
Productos Lácteos	142,0	1,4
Molinería y almidones	48,0	1,1
Panadería y pastas alimenticias	151,0	1,6
Azúcar	0	0
Cacao, Chocolate y confitería	374,0	10,1
Café, Té e infusiones	7,0	0,3
Especias, salsas y condimentos	471,0	32,9
Platos y comidas preparadas	127,0	5,1
Preparados alimenticios homogenizados	237,0	23,7
Otros productos alimenticios	311,0	10,5
Productos alimentación animal	1.158,0	6,9
Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	83,0	6,2
Vinos	141,0	1,9
Sidra y otras bebidas fermentadas	0,0	0,0
Cerveza y malta	S/D	S/D
Bebidas no alcohólicas	S/D	S/D

FUENTE: MAPA. Datos de 2021

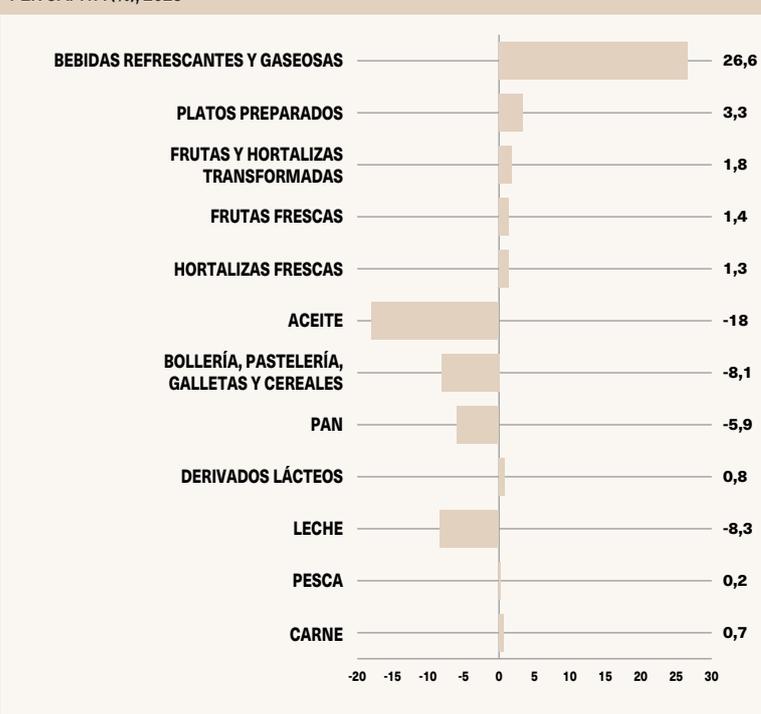
ESTRUCTURA DE GASTO EN ALIMENTACIÓN EN MURCIA (HOGARES), 2022

	Gasto per cápita (euros)	Participación sobre el gasto total (%)	Desviación con la media nacional (%)
HUEVOS	24,2	1,4	-13,0
CARNE	335,8	19,4	-2,0
PESCA	201,5	11,6	1,5
LECHE	57,7	3,3	-6,0
DERIVADOS LÁCTEOS	153,0	8,8	2,6
PAN	68,9	4,0	-4,3
BOLLERÍA, PASTELERÍA, GALLETAS Y CEREALES	72,6	4,2	-4,5
CHOCOLATES Y CACAOS	26,5	1,5	-7,9
ACEITE	32,8	1,9	-26,6
VINO	15,6	0,9	-32,7
CERVEZAS	34,3	2,0	8,9
ZUMO Y NÉCTAR	8,7	0,5	1,1
PATATAS	31,8	1,8	-4,2
HORTALIZAS FRESCAS	114,2	6,6	-0,6
FRUTAS FRESCAS	158,9	9,2	-1,0
FRUTOS SECOS	28,9	1,7	2,6
FRUTAS Y HORTALIZAS TRANSFORMADAS	35,0	2,0	6,6
PLATOS PREPARADOS	89,9	5,2	3,3
CAFÉS E INFUSIONES	35,1	2,0	10,8
AGUA MINERAL	19,3	1,1	46,1
BEBIDAS REFRESCANTES Y GASEOSAS	49,8	2,9	23,5
OTROS PRODUCTOS	134,7	7,8	8,1
TOTAL ALIMENTACIÓN	1.729,4	100,0	-0,1

En términos medios, durante el año 2023 cada persona en la Región de Murcia consumió 123 huevos, 41,4 kilos de carne, 18,6 kilos de pescado, 57,7 litros de leche, 32,3 kilos de derivados lácteos, 25,8 kilos de pan, 8,1 litros de aceite, 22,3 litros de cerveza, 49,6 kilos de hortalizas frescas, 79,6 kilos de frutas frescas, 17,0 kilos de platos preparados, 83,3 litros de agua embotellada y 45,4 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 (26,6%), platos preparados (3,3%), frutas y hortalizas transformadas (1,8%), frutas frescas (1,4%) y hortalizas frescas (1,3%) mientras que, por el contrario, el consumo es menor en aceite (-18,0%), leche (-8,3%), bollería, pastelería y galletas (-8,1%) y pan (-5,9%).

DESVIACIÓN DE REGIÓN DE MURCIA CON LA MEDIA NACIONAL EN EL CONSUMO PER CÁPITA (%), 2023



Región de Murcia

CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN MURCIA EN COMPARACIÓN CON LA MEDIA NACIONAL, 2022

CONSUMO SUPERIOR A LA MEDIA NACIONAL	CONSUMO INFERIOR A LA MEDIA NACIONAL
18 litros de agua mineral	15 unidades de huevos
10 litros de gaseosas y bebidas refrescantes	5 litros de leche líquida
3 litros de cerveza	2 kilos de pan
1 kilo de conservas de pescado	1 kilos de carne fresca
1 litro de batidos de leche	2 litros de leches fermentadas
1 kilos frutas frescas	2 litros de aceite de oliva
1 kilos hortalizas frescas	2 litros de vinos y derivados
1 kilo queso	1 kilo de yogurt
1 kilo carne de pollo	1 kilo de carne de vacuno
1 kilo platos preparados	

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

En Murcia hay 7.367 actividades para servicios de restauración y bares, un 2,8% 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	7.367	1.984	4.760	623	17.625
MURCIA/ESPAÑA (%)	2,8	2,4	2,9	3,3	1,1

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024) e INE (2024).



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.	585
ANECOOP SDAD. COOP.	149
CAJAMAR CAJA RURAL, SOCIEDAD COOPERATIVA DE CRÉDITO	37
CAMPOFRIO FOOD GROUP, S.A.U.	259
CMR GROUP	DESPLEGABLE PORTADA
CUPALMA - COOPERATIVAS UNIDAS DE LA PALMA	151
EL POZO ALIMENTACIÓN, S.A.	253
HAZI, RIOJA ALAVESA	423
IBÉRICA DE PATATAS SELECTAS, S.L. (GRUPO IBÉRICA)	163
INTERFISH - ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL PESQUERA	297
MERCABARNA	7
MERCALASPALMAS	509
MERCAMADRID	14
MERCASALAMANCA	88
QUEIXO TETILLA, C.R.D.O.P.	233
QUESO DE MURCIA Y QUESO DE MURCIA AL VINO, C.R.D.O.P.	234
REAL CASA DE LA MONEDA - FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE	427
REYNO GOURMET - INTIA	575
STEF IBERIA, S.A.U.	29
SYNGENTA ESPAÑA, S.A.	INTERIOR DE CONTRAPORTADA
SYNGENTA ESPAÑA, S.A.	141
TERNERA GALLEGA IGP	243
UVA DE MESA EMBOLSADA DEL VINALOPÓ D.O.P.	199
UVASDOCE	CONTRAPORTADA

ORGULLOSOS DE LO QUE HACEMOS

Decimos que somos la tierra del pimiento con orgullo. Porque nuestros cultivos son impulso para la economía, porque han conquistado toda Europa y más allá. Nuestra calidad es inconfundible y trabajamos de todo corazón. Porque así es esta tierra, su agricultura y su pimiento.

ENAMORADOS DE ESTA TIERRA

Descubre más
razones en:



syngenta[®]



MOSQUITO FRESH™



SORPRENDENTE



ÚNICA

Uva Xperience

**NADA QUE HAYAS
PROBADO ANTES**

UVASDOCE
FRESH™