Una Aproximación a la Industria Española de la Alimentación y Bebidas y su Comercio Exterior

madrid, mayo 2008

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN

aecid

FIAB

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE LA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

I. OBJETIVOS DEL INFORME *(Pág. 3)*

II. LA INDUSTRIA ALIMENTARIA ESPAÑOLA:
principales características y elementos más significativos *(Pág. 5)*

A) PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS MÁS SIGNIFICATIVOS *(Pág. 6)*

B) LOS PRINCIPALES SUB-SECTORES ALIMENTARIOS EN ESPAÑA *(Pág. 8)*

1. PRODUCTOS CÁRNICOS *(Pág. 8)*
   - PRODUCCIÓN *(Pág. 10)*
   - EL MERCADO INTERIOR Y EL CONSUMO *(Pág. 11)*
   - EXPORTACIONES Y BALANZA COMERCIAL *(Pag. 12)*
   - CARNE DE AVES *(Pág. 18)*
2. HUEVOS *(Pág. 21)*
3. VINOS Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS *(Pág. 23)*
   - VINOS *(Pág. 23)*
   - CERVEZAS *(Pág. 27)*
   - BEBIDAS ESPIRITIOSAS *(Pág. 29)*
4. PRODUCTOS LACTEOS *(Pág. 34)*
5. ACEITE Y ACEITUNAS *(Pág. 36)*
   - ACEITE DE OLIVA *(Pág. 36)*
   - ACEITUNAS DE MESA *(Pág. 40)*
   - ACEITE DE SEMILLAS OLEAGINOSAS *(Pág. 42)*
6. TRANSFORMADOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS *(Pág. 43)*
   - CONSERVAS VEGETALES *(Pág. 43)*
7. TRANSFORMADOS DE PESCADO *(Pág 45)*
8. PRODUCTOS PESQUEROS CONGELADOS Y COCIDOS *(Pág 48)*
9. DULCES *(Pág. 59)*
10. AZUCAR *(Pág. 63)*
11. ALIMENTACIÓN ANIMAL *(Pág. 66)*
    - PET FOODS *(Pág. 69)*
12. AGUAS Y BEBIDAS ANALCOHÓLICAS *(Pág. 69)*
    - AGUAS ENVASADAS *(Pág. 69)*
    - BEBIDAS REFRESCANTES *(Pág. 71)*
    - ZUMOS *(Pág. 75)*

C) LA INDUSTRIA ESPAÑOLA EN EL CONTEXTO DE LA UE *(Pág. 79)*

D) ÁREAS PRIORITARIAS PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA ESPAÑOLA *(Pág. 82)*

1. SEGURIDAD, TRAZABILIDAD, CALIDAD, NORMAS ISO *(Pág 82)*
2. DENOMINACIONES DE CALIDAD, D.O.P., I.G.P., E.T.G. *(Pág 85)*
3. MEDIOAMBIENTE *(Pág 93)*
4. FORMACIÓN CONTINUA EN EL SECTOR DE ALIMENTACIÓN *(Pág 103)*

ÍNDICE

5. I+D+I (INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO E INNOVACIÓN) *(Pág 103)*
6. COMUNICACIÓN *(Pág 109)*

III. EL COMERCIO ALIMENTARIO *(Pág. 110)*

A) PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS MÁS SIGNIFICATIVOS *(Pág. 111)*
1. CONSUMO ALIMENTARIO *(Pág 111)*
2. ANÁLISIS DEL MERCADO DE LA DISTRIBUCIÓN *(Pág 118)*

B) COMERCIO EXTERIOR *(Pág. 119)*
1. BALANZA COMERCIAL *(Pág 119)*
2. INVERSIONES EN EL EXTERIOR *(Pág 124)*
3. PROMOCIÓN EXTERIOR *(Pág 125)*

IV. ORGANIZACIÓN DE LOS SECTORES *(Pág. 128)*

FIAB Y SUS ASOCIACIONES *(Pág. 129)*

V. ANEXOS *(Pág. 139)*

A) RANKING DE EMPRESAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS *(Pág. 140)*

B) RANKING DE EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN *(Pág. 143)*

PÁGINAS WEB DE OFICINAS DE PROMOCIÓN EXTERIOR DE LAS CC.AA. *(Pág. 144)*

ORGANISMOS PÚBLICOS ESPAÑOLES *(Pág. 1145)*

ORGANISMOS EUROPEOS *(Pág. 145)*

OTROS *(Pág. 145)*

I. OBJETIVOS DEL INFORME

I. OBJETIVOS DEL INFORME

El presente informe pretende servir de instrumento de presentación de la industria española de la alimentación y bebidas española. Con este fin ofrecemos los datos más significativos del sector, que ponen de manifiesto la importancia que tiene su industria para la economía y sociedad españolas, los esfuerzos que la han llevado a una posición líder en el contexto europeo, su creciente proceso de apertura e internacionalización y la implicación y compromiso con la sociedad y el entorno a través de su modernización y apuesta por la calidad, la seguridad alimentaria y el respeto al medioambiente.

Desde la Federación Española de Alimentación y Bebidas llevamos 30 años impulsando y apoyando el desarrollo del sector y su adaptación a las exigencias del mercado y de la sociedad a través de una comunicación permanente con nuestras empresas y las asociaciones y federaciones que las representan.

Estamos a su disposición para informarles y atender las consultas que deseen formular sobre nuestra industria y sus subsectores y esperamos que este acercamiento a su realidad sea de su interés.

Puede contactar directamente con la Federación, estamos a su disposición en:

- promocion@fiab.es
- internacional@fiab.es
- www.fiab.es

II. LA INDUSTRIA ALIMENTARIA ESPAÑOLA: principales características y elementos más significativos

A) PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS MÁS SIGNIFICATIVOS

La industria de productos de la alimentación y bebidas en la UE es una de las ramas de actividad más importantes de la industria manufacturera en términos de valor de la producción y una de las más importantes en valor añadido, situándose España en una posición relevante.

La industria agroalimentaria española ocupa hoy por ventas el 5º puesto en Europa y por empleo el 2º lugar en la UE.

Las ventas netas de productos de la industria alimentaria durante 2007 ascendieron a 78.164 millones de euros, lo que supone el 14,07% del total de ventas industriales. El Índice de Producción de la Industria de Alimentos y Bebidas, que nos ofrece otra aproximación alternativa de la evolución conjunta de la cantidad y de la calidad de la producción del sector (eliminando la influencia de los precios), experimentó una caída media anual del -0,33%, frente al incremento del 2,32% de la industria española en su conjunto. Aún así, el nivel del Índice de Producción de la Industria de Alimentos y Bebidas continúa situándose por encima del índice correspondiente al total industrial, lo que revela un mayor crecimiento sostenido durante los últimos años.

La industria alimentaria española contaba en 2007 con 31.492 empresas, frente a 31.847 en 2006 (lo que representa una reducción del 1,11 por ciento), en contraste con el aumento del 5,15 por ciento registrado en el número de empresas activas en el total de la economía y el incremento del 0,85 por ciento en la industria. Del total de las empresas el 96,35% son pequeñas empresas (menos de 50 empleados).

Este sector dio ocupación en 2007 a 487.550, lo que supone un incremento en el empleo del 0,20%. El sector alimentario y de bebidas general el 14,95% del empleo industrial y el 2,40% del empleo total de la economía española. Respecto al año 2006, el peso del empleo del sector sobre el total industrial desciende en 0,71 puntos porcentuales, mientras que su participación en el empleo total de la economía española se reduce en 0,07 puntos porcentuales.

En el ámbito del comercio exterior, las exportaciones experimentaron un crecimiento del 10,08% en 2007 (situándose en 16.116 millones de euros), mientras que las importaciones lo hicieron otro 10,20% (hasta alcanzar los 19.376 millones de euros). La tasa de cobertura del sector registró una caída de 0,09 puntos porcentuales, situándose en el 83,17 por ciento, siendo superior en 18,46 puntos porcentuales a la tasa de cobertura de la economía española, lo que da idea del dinamismo de este sector.

Durante 2007 se registra un notable incremento en la inversión extranjera directa en la industria de la alimentación y bebidas a respecto al año 2006 (125,91 por ciento), hasta situarse en 676 millones de euros, lo que supone el 2,34% del total recibido por la economía española y el 3,12% de la inversión extranjera en la industria.

Por su parte, la inversión exterior de la industria de la alimentación y bebidas alcanzó los 1.237 millones de euros en 2007, lo que supone el 0,84% del total de la inversión exterior de la economía española y el 8,68% de la inversión exterior de la industria, concentrándose esta inversión básicamente en los países de la Unión Europea.

El componente alimenticio del Índice de Precios de Consumo (IPC) subió un 6,8% durante 2007, frente al 4,2% del IPC General, mientras que el IPC de bebidas no alcohólicas aumentó un 6,6% y el IPC de bebidas alcohólicas creció un 6,1%.

En definitiva, la industria alimentaria ha conseguido superar los obstáculos del pasado, ha sabido modernizarse y ha afrontado con fortaleza la prueba de su plena integración en el Mercado Único Europeo, pero ha de perseverar en este empeño para poder mantener e incrementar su presencia en un mercado global.

B) LOS PRINCIPALES SUB-SECTORES ALIMENTARIOS EN ESPAÑA

1. PRODUCTOS CÁRNICOS

La industria cárnica (mataderos, salas de despiece e industrias de elaborados) ocupa, con diferencia, el primer lugar entre los subsectores alimentarios en España, representando 18.532 millones de euros en 2006 (17.980 millones de euros en 2005), un 20,3% de la cifra de negocio de la industria alimentaria y el 21% de las personas ocupadas. Este volumen de negocio sitúa a la industria cárnica como el cuarto sector industrial de nuestro país, sólo por detrás de la industria automovilística, el sector de producción y distribución de energía eléctrica y la industria del petróleo, gas natural y combustibles nucleares. Por número de empresas, la industria cárnica representa el 14% del total del sector de alimentación y bebidas y el 2,2% del total de empresas industriales españolas.

En 2006, la cifra de negocio de la industria cárnica representó el 1,9% del PIB total español (a precios de mercado) y el 14,0% del PIB de la rama industrial, todo ello según la Confederación de Organizaciones Empresariales del Sector Cárnico de España (CONFECARNE), con datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

La estructura del consumo es otro de los datos que pone de manifiesto la importancia del sector industrial cárnico, ya que las carnes (incluidas aves) frescas, congeladas y elaborados son los productos más importantes de la cesta de la compra alimenticia de los españoles, con un consumo per cápita de 65,3 kg. en 2006 (2.818 millones de kilos), lo que representa un 21,5% del gasto total en alimentación, incluidos hogares y consumo extradoméstico, y en valor supuso un gasto total de 16.688 millones de euros, de ellos 13.834 millones consumidos en el hogar. Precisamente, en este ámbito doméstico de consumo, las carnes copan casi la cuarta parte (23,3%) del gasto familiar en alimentación, es decir, 315,7 euros por persona durante 2006, con 50,6 kg por habitante.

Pese a los procesos de concentración que se experimentan en todos los sectores de la alimentación, incluidos los sectores de productos perecederos, el número de instalaciones industriales existentes en el sector cárnico (porcino, vacuno y ovino) está muy estabilizado y su tejido empresarial está formado mayoritariamente por pequeñas y medianas

empresas. Así, con datos de 2007 de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) sobre instalaciones cárnicas autorizadas, existen en España 1.163 mataderos, 5.263 industrias de elaboración, 2.001 almacenes frigoríficos y 2.719 salas de despiece. De ellos, los establecimientos correspondientes a vacuno, porcino y ovino son 714 mataderos, 2.001 salas de despiece, 4.055 industrias de elaboración, con un número medio de 11 empleados por empresa, y el resto a industrias avícolas.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE CARNES (Tm.)

	ESPECIES					
AÑOS	PORCINO	VACUNO	OVINO	CAPRINO	EQUINO	AVES
1989	1.703.490	459.258	204.083	17.512	6.585	842.600
1990	1.788.848	513.989	217.396	16.417	7.127	836.700
1991	1.885.557	506.785	211.531	15.364	5.411	881.700
1992	1.916.439	537.791	216.179	16.072	5.851	867.699
1993	2.088.821	488.003	224.143	16.429	7.256	831.620
1994	2.107.933	483.734	224.944	16.368	7.560	873.604
1995	2.174.823	508.492	227.126	14.932	6.988	920.100
1996	2.315.910	564.602	223.296	14.469	7.444	877.714
1997	2.401.136	592.186	229.151	16.047	8.320	901.568
1998	2.744.362	650.725	233.313	16.081	6.696	998.800
1999	2.892.255	677.573	221.327	17.463	6.279	1.001.550
2000	2.912.390	631.784	232.331	18.801	6.732	986.712
2001	3.020.239	642.033	236.409	15.369	8.639	1.307.265
2002	3.122.577	654.161	239.500	15.101	5.742	1.331.700
2003	3.322.385	700.065	236.548	13.861	4.963	1.339.106
2004	3.191.000	714.117	233.378	13.597	4.924	1.308.303
2005	3.163.860	713.637	231.585	11.733	4.783	1.326.829
2006	3.183.920	672.710	215.413	10.592	5.300	1.281.302
2007*	3.447.837	639.568	229.110	9.790	5.084	1.375.017

(*) Datos provisionales

Fuente: Elaboración CONFECARNE con datos del MAPA

PRODUCCIÓN

En un análisis pormenorizado de la producción cárnica española, destacan las cantidades relativas a la carne de porcino, que representa el 60% del total de carnes producidas en nuestro país, en 2007. Con una producción de casi tres millones y medio de toneladas, España es el cuarto mayor productor mundial de este tipo de carne (por detrás de China, EE.UU. y Alemania). Al porcino le sigue en importancia la carne de ave, que sigue manteniéndose en torno al millón y medio de toneladas, copando un 24% de cuota productiva del sector.

La carne de vacuno ocupa el tercer lugar en volumen (11%), si bien en este caso España se aleja de los puestos de cabeza de la producción mundial, liderada por EE.UU. y Brasil. Otro tanto se puede decir de la carne de ovino, que tiene estabilizada su producción, aunque España está en el segundo lugar dentro de la U.E.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ELABORADOS CÁRNICOS (Tm.)

PRODUCTO	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
JAMÓN Y PALETA CURADOS	187.308	183.955	181.560	182.337	185.000	193.880	200.510	204.339	234.000	245.700	249.400	251.345
EMBUTIDOS CURADOS	166.546	162.715	156.530	156.687	157.000	157.000	169.999	179.094	184.466	191.844	194.300	193.3
JAMÓN Y PALETA COCIDOS	140.041	132.198	125.984	125.606	123.500	126.588	136.841	150.607	158.137	169.997	172.500	174.3
OTROS TRATADOS POR EL CALOR	265.766	252.743	241.370	242.094	243.600	254.562	279.229	299.222	329.323	345.789	351.000	355.2
PROD. ADOBADOS Y FRESCOS	129.007	129.652	126.670	127.113	132.800	139.838	145.487	167.637	170.000	170.680	174.500	178.1
PLATOS PREPARADOS	45.725	46.045	44.200	44.377	45.100	46.047	57.558	59.918	63.513	66.688	78.700	
TOTAL ELABORADOS	934.393	907.308	876.314	880.251	887.000	917.915	989.624	1.060.817	1.141.439	1.190.698	1.220.400	1.223.60

Fuente: CONFECARNE

En cuanto a la producción de elaborados cárnicos, España, con más de 1,2 millones de toneladas anuales se sitúa en cuarto lugar en la Unión Europea, por detrás de Alemania, Italia y Francia. Por productos, destacan en volumen los fiambres cocidos y en valor los jamones y paletas curados (blancos e ibéricos). Aún con estos altos volúmenes de producción, hay que señalar que la capacidad de producción instalada en las industrias es todavía mucho mayor.

EL MERCADO INTERIOR Y EL CONSUMO

El consumo medio nacional de carnes y productos cárnicos fue en 2006 de 65,3 kilos por habitante y año, mostrando un decrecimiento del -0,9 % con respecto a 2005 y de un -0,2 % con respecto al 2001. Por tanto, puede decirse que, con ligeras variaciones, el consumo de carne en España se mantiene estable.

CANTIDAD COMPRADA EN EL HOGAR Y FUERA DEL HOGAR EN 2005

				TOTAL NACIONAL		% DE CADA SECTOR SOBRE EL TOTAL NAC.		
PRODUCTOS	HOGARES TOTAL	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	INSTITU-CIONES	TOTAL CANTIDAD COMPRADA	TOTAL PER CAPITA	% HOGAR TOTAL	% HOSTEL. TOTAL	% INSTITU. TOTAL
	(mill. kg)				(Kg)			
TOTAL CARNES	2.233,29	480,47	104,52	2818,28	65,86	79,24	17,05	3,71
TOTAL CARNE DE VACUNO	332,74	83,50	19,50	435,74	10,18	76,36	19,16	4,48
VACUNO MENOR	312,90	76,63	13,29	402,83	9,41	77,68	19,02	3,30
VACUNO MAYOR	19,84	6,87	6,21	32,92	0,77	60,28	20,86	18,86
CARNE DE POLLO	570,05	88,94	29,77	688,76	16,10	82,77	12,91	4,32
CARNE DE CONEJO	65,48	6,67	1,01	73,16	1,71	89,50	9,12	1,38
C. DE OVINO Y CAPRINO	116,40	19,48	1,77	137,65	3,22	84,56	14,15	1,29
C. DE CERDO FRESCA	469,72	88,05	19,14	576,90	13,48	81,42	15,26	3,32
CARNES TRANSFORMADAS	471,91	144,76	20,17	636,84	14,88	74,10	22,73	3,17
SALAZONES	131,83	59,75	3,61	195,19	4,56	67,54	30,61	1,85
TOCINOS Y MANTECAS	9,33	1,45	0,60	11,38	0,27	82,01	12,74	5,25
PRODUCTOS CURADOS	116,43	43,06	4,46	163,95	3,83	71,02	26,26	2,72
SALCHICH. TIPO FRANKFURT	35,04	13,52	4,64	53,20	1,24	65,87	25,42	8,71
COCIDOS Y OTRAS	179,27	26,98	6,87	213,12	4,98	84,12	12,66	3,22
DESPOJOS CARNICOS	49,15	4,86	2,42	56,42	1,32	87,11	8,61	4,28
OTRAS CARNES FRESCAS	127,96	2,40	4,12	134,47	3,14	95,15	1,78	3,06
CARNE CONGELADA	29,88	41,82	6,63	78,33	1,83	38,15	53,39	8,46

Fuente: MAPA

El mercado interior presenta desde hace años unos perfiles de madurez y estancamiento en el consumo cárnico, que no pueden absorber la producción y el potencial desarrollado por todos los eslabones de la cadena de producción de carnes.

Los parámetros socioeconómicos y demográficos tampoco indican que la evolución futura pueda ser favorable. España presenta los índices de natalidad más bajos de la Unión Europea. Paralelamente, el flujo migratorio hacia nuestro país está constituido en una parte importante por personas de cultura islámica, que prohíbe el consumo de carnes de porcino, o por inmigrantes con bajo nivel adquisitivo y, por lo tanto, con bajos niveles de consumo.

Las actuales corrientes nutricionales y alimentarias tampoco son favorables al conjunto de carnes y elaborados, lo que unido al hecho de que España tiene los consumos de carne de porcino más altos de Europa, hace que no se puedan esperar modificaciones significativas en el mercado nacional.

En consecuencia, la estrategia sectorial necesariamente tiene que pasar por la defensa de las posiciones existentes en materia de consumo en el mercado interior (España y la Unión Europea) y por la expansión en los mercados exteriores (terceros países).

EXPORTACIONES Y BALANZA COMERCIAL

Con estos datos, es evidente que el fomento, desarrollo y apoyo a las exportaciones de la industria cárnica en su conjunto es un elemento estratégico para garantizar la viabilidad y el futuro de la industria y de todos los operadores de la cadena de producción cárnica. Nuestras industrias exportadoras están realizando un gran esfuerzo para conseguir comercializar en el exterior un volumen muy importante. En 2007, el sector cárnico ha exportando 673.000 toneladas de carnes de porcino, 106.000 toneladas de carnes de vacuno, 160.000 de otras carnes y productos frescos, además de más de 83.000 toneladas de productos elaborados (jamones y paletas curados y cocidos, embutidos, fiambres, etc.), además de 78.000 toneladas de carnes de ave.

Todo ello representa alrededor del 20% de la producción cárnica de nuestro país y, aunque esas ventas exteriores suponen un valor de 2.317 millones de euros, lo que da idea del gran potencial exportador del sector, la situación dista mucho de ser la apropiada.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES CÁRNICAS ESPAÑOLAS (millones de euros y tm.)

2003		2004		2005		2006		2007	
VALOR	VOLUMEN	VALOR	VOLUMEN	VALOR	VOLUMEN	VALOR	VOLUMEN	VALOR	VOLUMEN
1.438,97	851.334	1.638,39	927.160	1.934,68	1.021.815	2.213,22	996.430	2.317,15	1.101.858

Fuente: Elaboración CONFECARNE con datos de la Agencia Tributaria

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES CÁRNICAS ESPAÑOLAS (millones de euros y tm.)

2003		2004		2005		2006		2007	
VALOR	VOLUMEN	VALOR	VOLUMEN	VALOR	VOLUMEN	VALOR	VOLUMEN	VALOR	VOLUMEN
779,52	309.145	820,12	300.557	918,52	335.381	1.109,58	348.559	1.269,97	398.729

Fuente: Elaboración CONFECARNE con datos de la Agencia Tributaria

El comercio exterior cárnico en España manifiesta claramente una evolución asimétrica en cuanto a los productos exportados, y a dos velocidades si se analiza desde la óptica de comercio intracomunitario (a todos los efectos debe ser considerado como "mercado interior") o desde el punto de vista de comercio extracomunitario.

Así, las exportaciones dirigidas hacia los países de la Unión Europea han crecido de forma notable en la última década, mientras que importantes países terceros, que podrían absorber grandes volúmenes o productos de importante valor añadido, se encuentran cerrados para nuestra industria o con trabas y restricciones, y se van abriendo de forma paulatina, con lo que las ventas exteriores a países de fuera de la UE no evolucionan en la misma medida.

Por otro lado, mientras que las ventas de carnes, frescas y congeladas, han progresado exponencialmente, las exportaciones de productos elaborados han experimentado incrementos todavía excesivamente suaves para el potencial de nuestra industria.

Esta situación está evolucionando sensiblemente en los últimos tiempos a partir de la presentación del "Plan para la mejora del acceso de los productos ganaderos a los mercados exteriores" por parte de la Dirección General de Ganadería del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), en respuesta a las reiteradas demandas del sector, y que CONFECARNE valora de forma muy positiva por el vuelco que supone en la política del Estado en materia de exportaciones cárnicas.

El plan recoge diversas medidas, que se están poniendo en marcha con la colaboración de las organizaciones representativas, para la mejora de las exportaciones de los productos ganaderos, fundamentalmente el establecimiento de una "ventanilla única" para la tramitación administrativa de las operaciones de exportación, y la puesta en marcha de una "lista marco" en la que podrán integrarse todas las industrias que deseen realizar ventas al exterior y que estén controladas por una entidad de inspección independiente.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS POR TIPO DE PRODUCTO (Tm)

PRODUCTO	2003	2004	2005	2006	2007
CARNE DE VACUNO	158.217	140.813	147.199	121.502	106.452
CARNE DE PORCINO	457.437	528.669	603.825	603.596	673.384
CARNE DE OVINO/CAPRINO	21.153	20.333	19.503	25.217	26.163
JAMÓN Y PALETA CURADOS	14.852	17.342	20.979	22.701	24.110
EMBUTIDOS CURADOS	16.802	18.750	20.913	22.110	26.772
JAMÓN Y PALETA COCIDOS	3.854	4.963	6.406	6.912	7.010
EMBUTIDOS COCIDOS	12.157	9.588	8.800	8.615	9.173
DESPOJOS (SALVO DE AVES)	87.450	104.537	111.154	109.774	133.736
CARNE Y DESPOJOS DE AVE	68.783	69.233	69.449	61.369	78.763
OTROS PRODUCTOS	10.610	12.931	13.533	14.634	16.294
TOTAL	851.334	927.160	1.021.815	996.430	1.101.858

Fuente: Elaboración CONFECARNE con datos de la Agencia Tributaria

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES CÁRNICAS ESPAÑOLAS (tm.)

PAÍS	2007
FRANCIA	315.178
PORTUGAL	233.214
ITALIA	89.127
ALEMANIA	75.763
RUSIA	52.800
HONG KONG	14.836
DINAMARCA	6.764
HOLANDA	6.436
RESTO	307.738
TOTAL	1.101.858

Fuente: Elaboración CONFECARNE con datos de la Agencia Tributaria

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES CÁRNICAS ESPAÑOLAS (euros)

PAÍS	2007
FRANCIA	653.781.818
PORTUGAL	504.981.818
ITALIA	208.145.455
ALEMANIA	185.563.636
RUSIA	92.945.455
HONG KONG	12.436.364
DINAMARCA	4.690.909
HOLANDA	3.709.091
RESTO	650.899.091
TOTAL	2.317.153.636

Fuente: Elaboración CONFECARNE con datos de la Agencia Tributaria

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS POR PRODUCTO (Tm)

PRODUCTO	2003	2004	2005	2006	2007
CARNE DE VACUNO	84.308	89.258	94.536	105.729	129.184
CARNE DE PORCINO	70.961	58.851	58.770	75.241	88.088
CARNE DE OVINO/CAPRINO	14.588	10.370	13.818	14.799	12.449
JAMÓN Y PALETA CURADOS	2.023	1.138	1.553	1.485	2.369
EMBUTIDOS CURADOS	965	1.170	1.088	1.052	1.331
JAMÓN Y PALETA COCIDOS	2.812	2.873	2.643	2.458	3.466
EMBUTIDOS COCIDOS	11.865	12.713	13.779	15.905	15.648
DESPOJOS (SALVO DE AVES)	9.626	13.400	14.831	18.072	16.034
CARNE Y DESPOJOS DE AVE	107.141	106.102	129.311	108.805	124.884
OTROS PRODUCTOS	4.812	4.659	4.986	4.961	5.236
TOTAL	309.145	300.557	335.381	348.559	398.729

Fuente: Elaboración CONFECARNE con datos de la Agencia Tributaria

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN DE LAS EXPORTACIONES CÁRNICAS ESPAÑOLAS (tm.)	
PAÍS	2007
FRANCIA	74.400
BRASIL	48.764
HOLANDA	45.490
ALEMANIA	42.981
DINAMARCA	16.800
POLONIA	12.010
HUNGRIA	11.890
PORTUGAL	5.018
ITALIA	1.745
RESTO	151.638
TOTAL	398.729

Fuente: Elaboración CONFECARNE con datos de la Agencia Tributaria

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN DE LAS EXPORTACIONES CÁRNICAS ESPAÑOLAS (euros)	
PAÍS	2007
HOLANDA	169.900.000
ALEMANIA	159.700.000
FRANCIA	121.800.000
BRASIL	101.300.000
DINAMARCA	88.100.000
POLONIA	29.000.000
HUNGRIA	26.000.000
ITALIA	6.600.000
PORTUGAL	1.300.000
RESTO	566.278.218
TOTAL	1.269.978.218

Fuente: Elaboración CONFECARNE con datos de la Agencia Tributaria

CARNE DE AVES

En España se llegó una producción en 2006 de 1.281.302 Tm de carne de aves, lo que representa un 3,4 % de disminución con respecto a 2005. No obstante, hay que recordar que hace ocho años, no se llegaba a las 900.000 Tm.

En lo que se refiere al consumo general, la carne de pollo supuso 700,21 millones de kg. en 2006, lo que supone un crecimiento de 1,7%, con respecto a 2005. Y en lo que respecto al consumo individual, en el año 2006, los españoles consumimos una media de 16,1 kilos de carne de pollo por persona y año mostrando un decrecimiento del -0,1% frente al 2005. Un 80,6% de este consumo se realiza en los hogares, un 14,2% en los establecimientos de restauración y hostelería, mientras que el restante 5,2% corresponde a los llamados consumos institucionales.

REPARTO DEL CONSUMO DOMÉSTICO Y EXTRADOMÉSTICO AÑO 2006

	% CONSUMO (KG)		% EVOLUCIÓN (KG) VS AÑO ANTERIOR	
	DOMÉSTICO	EXTRADOMÉSTICO	DOMÉSTICO	EXTRADOMÉSTICO
TOTAL POLLO	80,6	19,4	-1,0	14,5

Fuente: MAPA

IMPORTANCIA DE LOS TIPOS DE CARNE AÑO 2006 % EN KG

CARNE	%	% VARIACIÓN 05/06
POLLO	24,6	1,7
CARNE TRANSFORMADA	22,4	0,2
CERDO	21,6	6,6
TOTAL VACUNO	15,5	1,4
OTRAS CARNES FRESCAS*	8	-13,5
OVINO Y CAPRINO	5,1	5,3
TOTAL DE CARNES CONGELADAS	2,6	-4,6

(*) Otras carnes frescas incluyen el avestruz, pavo, conejo, despojo cárnico y otras carnes.

Fuente: Panel de Consumo Alimentario.

Asimismo, según datos del MAPA, el precio medio del pollo de venta al público ha oscilado, en 2005, entre 2,63 euros y 2,49 euros por kilo.

La carne de pollo representa, del consumo total del sector cárnico en 2006, un 24,6 %. El consumo de pollo no se vio afectado significativamente por los brotes de gripe aviar, incrementándose más bien el consumo un 1,7% con respecto al 2005.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE CARNES DE AVES

PRODUCTO	2005	2006	% VARIACIÓN 05/06
HUEVO DE INCUBAR (UDS.)	63.528.614	118.728.624	87%
POLLITOS DE UN DIA (UDS.)	7.029.912	5.007.657	-29%
POLLO VIVO (UDS.)	2.129.698	1.790.969	-16%
POLLO 70% FRESCO O REFRIGERADO (KILOS)	1.785.758	2.687.308	50%
POLLO 65% FRESCO O REFRIGERADO (KILOS)	38.365.926	3.352.962	-91%
POLLO 70% CONGELADO (KILOS)	626.866	391.392	-38%
POLLO 65% CONGELADO (KILOS)	2.363.570	2.266.530	-4%
DESPIECE FRESCO O REFRIGERADO			
TROZOS DEHUEZADOS (KILOS)	606.153	463.544	-24%
MITADES O CUARTOS (KILOS)	1.279.803	1.604.462	25%
ALAS (KILOS)	1.352.760	1.209.773	-11%
PECHUGAS (KILOS)	4.113.941	2.467.241	-40%
MUSLOS Y CONTRAMUSLOS (KILOS)	2.220.993	1.573.000	-29%
DESPIECE CONGELADO			
TROZOS DEHUEZADOS (KILOS)	9.722.603	4.451.956	-54%
MITADES O CUARTOS (KILOS)	4.658.461	8.831.906	90%
ALAS (KILOS)	4.986.204	6.007.499	20%
PECHUGAS (KILOS)	2.664.303	2.653.665	0%
MUSLOS Y CONTRAMUSLOS (KILOS)	3.779.424	2.757.912	-27%
TOTAL	151.214.989	166.246.400	10%

Fuente: PROPOLLO

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE CARNES DE AVES

PRODUCTO	2005	2006	% VARIACIÓN 05/06
HUEVO DE INCUBAR (UDS.)	36.818.010	41.026.335	11%
POLLITOS DE UN DIA (UDS.)	12.492.535	12.965.364	4%
POLLO VIVO (UDS.)	2.401.538	1.770.199	-26%
POLLO 70% FRESCO O REFRIGERADO (KILOS)	182.889	247.481	35%
POLLO 65% FRESCO O REFRIGERADO (KILOS)	8.446.109	6.561.367	-22%
POLLO 70% CONGELADO (KILOS)	569.833	438.121	-23%
POLLO 65% CONGELADO (KILOS)	11.417.270	9.767.339	-14%
DESPIECE FRESCO O REFRIGERADO			
TROZOS DEHUEZADOS (KILOS)	379.109	732.433	93%
MITADES O CUARTOS (KILOS)	2.756.995	1.814.579	-34%
ALAS (KILOS)	1.509.150	1.325.284	-12%
PECHUGAS (KILOS)	1.672.640	2.522.290	51%
MUSLOS Y CONTRAMUSLOS (KILOS)	2.812.773	2.406.013	-14%
DESPIECE CONGELADO			
TROZOS DEHUEZADOS (KILOS)	18.708.517	13.791.555	-26%
MITADES O CUARTOS (KILOS)	2.889.822	2.484.827	-14%
ALAS (KILOS)	8.050.320	6.847.692	-15%
PECHUGAS (KILOS)	4.190.039	836.518	-80%
MUSLOS Y CONTRAMUSLOS (KILOS)	12.641.479	10.303.476	-18%
TOTAL	127.939.028	115.840.873	-9%

Fuente: PROPOLLO

2. HUEVOS

Los costes de producción, en el año 2007, han sufrido un incremento constante debido a las subidas imparables de precios de las materias primas para la alimentación animal (que representa más del 65% del coste de producción) y a las medidas cada vez más exigentes para garantizar la seguridad alimentaria. Dado que no ha podido repercutirse en su totalidad esta subida en los precios de venta del huevo, el sector sufre las consecuencias de los desajustes entre la evolución de los costes de producción y los precios.

El Ministerio de Agricultura indica que en 2007 la producción de huevos ha descendido un 4,5% respecto a 2006. Según el MAPA el censo de ponedoras estimado en España es de 42 millones, que han producido 930 millones de docenas en el último año, lo que nos mantiene en el tercer puesto por volumen de producción dentro de la UE, tras Francia y Alemania.

El sector español ha sufrido en los últimos años una prolongada crisis derivada de los excedentes generados en 2003 y 2004. Su consecuencia ha sido una reducción del censo de ponedoras y de producción. España ha pasado de producir 1.090 millones de docenas en 2004 a unas 930 estimadas en 2007, un 15% de descenso acumulado. En el mismo período la población española ha crecido cerca del 5%.

El consumo de huevo fresco en España en 2006 alcanzó los 195,5 huevos per capita/año. La cifra estimada por INPROVO de consumo total de huevos, que incluye el producido para autoconsumo y el que incorporan como ingrediente algunos alimentos elaborados, asciende a 240 huevos por persona y año. Los cambios en los hábitos alimentarios españoles reflejan un incremento en la frecuencia de comidas fuera del hogar y el consumo de platos preparados. Por ello el huevo consumido como ingrediente de otros alimentos crece en detrimento del consumo en fresco.

España, con un autoabastecimiento por encima del 115% en los últimos años, ha ocupado un relevante papel en el comercio intracomunitario de huevos. Durante el primer semestre de 2007 se exportaron más de 66.000 toneladas de huevos a otros países de la UE, principalmente a Francia y Portugal, lo que implica un 5% de descenso en el nivel de autoabastecimiento respecto a 2006, por la bajada de la producción tras años de precios bajos.

El ajuste entre producción y consumo en el mercado interior ha hecho que en los últimos meses de 2007 el precio del huevo haya aumentado. Sin embargo, aunque la subida del precio de venta al público ha sido significativa en 2007 (10,62% de incremento anual, según datos oficiales), en los últimos cuatro años (2004-2007) los precios del huevo han crecido muy por debajo del IPC general. En el año 2007 los precios medios del huevo son iguales a los de 2004, y en los años 2005 y 2006 han sido inferiores.

Dado que el huevo es un alimento claramente deflacionista, los miembros de INPROVO ven con preocupación que el sector pueda verse cuestionado desde algunos medios de comunicación, administraciones y organizaciones de consumidores en el debate político generado por las recientes subidas de precios. La cadena de comercialización tiene pocos eslabones (productores, centros de embalaje y detallistas) y el huevo es un alimento muy perecedero. No cabe pensar en intermediarios innecesarios, maniobras especulativas o acuerdos de precios en un mercado maduro y competitivo como es el del huevo. Más bien la timidez y retraso en las subidas de precios evidencian el difícil equilibrio entre una oferta representada por un gran número de productores y una demanda cada vez más concentrada y que exige contención de precios a sus proveedores. A pesar la limitada capacidad negociadora de las empresas del sector, éste no puede seguir reduciendo márgenes sin comprometer su viabilidad.

En el sector del huevo se observa ya el incremento en la importación de huevo en polvo de terceros países que sustituye al elaborado con huevos producidos en la UE. Dado que el mercado de los ovoproductos (derivados del huevo) está creciendo a escala mundial y que los clientes son operadores de la restauración e industrias alimentarias, que no venden huevos sino alimentos elaborados, esta tendencia se acentuará y provocará la desaparición de hasta un 40% de la producción de huevo de la UE en los próximos años. Es la consecuencia de un marco regulatorio que deteriora la competitividad de la producción comunitaria y olvida la importancia de defender con medidas efectivas su "modelo de producción" frente a las inexorables leyes de la oferta y la demanda. Las organizaciones sectoriales europeas de comercializadores de huevos y ovoproductos han solicitado a la Comisión que los derivados del huevo sean considerados "productos sensibles" para la UE en las negociaciones de la OMC, a los efectos de conseguir alguna protección para el mercado comunitario.

3. VINOS Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS

VINOS

España cuenta con una milenaria tradición vitivinícola. La variedad de suelos y climas ha permitido y sigue permitiendo a nuestras bodegas producir a lo largo de los años una interesante diversidad de vinos de gran calidad, personalidad y prestigio mundialmente reconocidos.

La producción española de vinos y mostos fue de 40.827.683 millones de hectolitros aproximadamente. Esta producción resulta excedentaria porque la demanda, sobre todo de vinos comunes, sigue disminuyendo. No ocurre así con los vinos de calidad producidos en regiones determinadas (v.c.p.r.d.) que están en auge y que, según los estudios realizados por el MAPA, podrían ser complementados por Vinos de Tierra y Denominaciones Geográficas, intermedios entre los vinos con Denominación de Origen y los vinos de mesa.

En la actualidad existen 68 Denominaciones de Origen y 42 Vinos de la Tierra.

El consumo de vinos en España

Según los datos suministrados por el panel del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) el consumo general de vinos siguió descendiendo durante este último quinquenio, hasta bajar en 2006, a 24,90 l/habitante/año y situarse en un total de 1.084,71 millones de litros, con una disminución del -5,2% de 2005 a 2006. En términos de valor, el decrecimiento ha sido menos acusado (-4,0%) debido a una subida del precio medio respecto a 2005, pasando a representar en 2006, 2.840,59 millones de euros.

Por productos, en cuanto a volumen de consumo en 2006, el vino de mesa representó un 59,7 % del total consumido, y el vino V.C.P.R.D. un 32,7%.El consumo de ambos tuvo retrocesos de -5,7% y -5,6 respectivamente, lo que da como resultado una disminución del consumo total.

CONSUMO DE VINOS EN ESPAÑA (Litros)

TIPO DE CONSUMIDOR	2003	2004	2005	2006
EXTRADOMÉSTICO	654.000.000,00	714.000.000,00	672.000.000,00	616.000.000,00
HOGARES	503.000.000,00	483.000.000,00	472.000.000,00	469.000.000,00
TOTAL	1.157.000.000,00	1.197.000.000,00	1.144.000.000,00	1.085.000.000,00

Fuente: AVIMES

En lo que atañe a los canales de distribución, el consumo en HORECA durante el 2006, ha supuesto un 56,8% del total consumido, (616 millones de litros), lo que supone una disminución de -8,5 % entre 2005 y 2006 y de un 2,5% con relación al 2001. El consumo en los hogares españoles (43,2% del total) ha supuesto 469 millones de litros en 2006, con una disminución del -0,8% con relación al 2005 y un -2,8 % con respecto al 2001.

CONSUMO DE VINO POR CANALES 2006 (% DEL VOLUMEN)

CANAL Y TIPO DE CONSUMIDOR	2006
HOGAR CAVA	2,4%
HOGAR MESA	27,8%
HOGAR VINO	10,7%
HOGAR OTROS	2,3%
TOTAL HOGAR	43,2%
HORECA CAVA	2,0%
HORECA MESA	31,9%
HORECA VINO	22,0%
HORECA OTROS	0,9%
TOTAL HORECA	56,8%
TOTAL	100,0%

Fuente: MAPA

La balanza comercial vitivinícola

La balanza comercial española de productos vitivinícolas en 2006 sigue marcada por el superávit, en este caso de 1.442.711 miles de euros, con un crecimiento del 0,68% respecto a 2005.

Exportaciones

Durante 2006, el valor total de las exportaciones españolas de vino supuso un total de 1.642.110.000 Euros, lo que significa un ascenso de un 5% respecto a la cifra registrada en 2005. En volumen, en 2006 se exportaron 1.449 millones de litros, con una disminución del -0,7% con respecto al año anterior.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE VINOS

2005		2006	
EUROS	Tm	EUROS	Tm
1.540.635,00	1.449.960.000,00	1.586.799,00	1.439.880.000,00

Fuente: ICEX

El precio medio para el conjunto de vinos se situó en 1,16 euros por litro, experimentando un descenso del 13,77% respecto al año anterior y siendo el menor de los últimos tres años.

Por productos, los vinos con denominación de origen supusieron el 50,5% del valor del total de los vinos exportados, alcanzando este tipo de vino un total de 745,6 millones de euros facturados.

En cuanto a los vinos de mesa, durante el año 2003 se exportaron un total de 735,5 millones de litros, de los cuales 575,2 millones a granel y 180,3 de vino de mesa envasado, que supusieron 196,8 y 138,5 millones de euros respectivamente.

DESTINO DE EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE VINOS (EUROS)		
PAISES	2005	2006
REINO UNIDO	266.884,00	279.823,00
ALEMANIA	298.897,00	271.403,00
ESTADOS UNIDOS	159.150,00	176.358,00
FRANCIA	114.140,00	92.910,00
SUIZA	78.149,00	82.274,00
PAISES BAJOS	75.193,00	77.870,00
RUSIA	25.759,00	61.296,00
SUECIA	48.907,00	53.074,00
BELGICA	37.320,00	49.396,00
DINAMARCA	47.618,00	41.864,00
CANADA	33.663,00	39.845,00
RESTO	354955	360.686,00
TOTAL	1.540.635,00	1.586.799,00

Fuente: ICEX

Por países, observamos una gran concentración de nuestras exportaciones, puesto que, tanto en volumen, como en valor, casi un 50% va a 3 países y casi un 70% se destina a 7 países, aunque éstos varían según se trate de litros vendidos (Francia, Alemania, Portugal, Reino Unido, Italia, Holanda, Suecia y Dinamarca) o de euros facturados (Reino Unido, Alemania, EE.UU., Francia, Suiza, Países Bajos, y Rusia).En cualquier caso, Reino Unido y Alemania siguen siendo nuestros principales clientes.

Importaciones

En cuanto a las importaciones españolas de vino, durante 2006 y en cifras absolutas, éstas supusieron un total de 144 millones de euros, cantidad 33,76% superior a la registrada en 2005.

La OCM del vino

A finales de 2007 se ha llegado a un acuerdo en la U.E. para reformar la organización común del mercado vitivinícola. Las modificaciones, largamente discutidas, pretenden equilibrar el mercado, supondrán la desaparición progresiva de medidas de intervención del mercado que se consideran ineficaces y costosas y reorientarán los gastos a medidas más positivas y proactivas que persiguen mejorar la competitividad de los vinos europeos.

La reforma prevé una reestructuración rápida del sector por cuanto establece un régimen voluntario de arranque de viñas de tres años de duración para eliminar del mercado los excedentes y el vino poco competitivo. Se eliminarán progresivamente las ayudas a la destilación de crisis y a la destilación de alcohol de boca y con ese dinero, repartido en dotaciones nacionales, se financiarán medidas como la promoción de vinos en mercados de terceros países, innovaciones, o reestructuración y modernización de viñedos y bodegas. La reforma pretende asimismo garantizar la protección del medio ambiente en las regiones vinícolas, amparará las políticas de calidad tradicionales y asentadas, y simplificará las normas de etiquetado. La reforma entrará en vigor el 1 de agosto de 2008.

CERVEZAS

Las ventas de cerveza en nuestro país han mantenido en los últimos años un leve pero sostenido crecimiento, con unas cifras de 32.684.361 hectolitros vendidos en 2006.

El consumo per cápita, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en 2006 se sitúa en los 59,1 litros, con un crecimiento del 1,1 % frente al 2005 y un 1,7% comparado con 2001, Aun así, España es uno de los más moderados dentro de la Unión Europea. En España las pautas de consumo de la cerveza son similares a las de otras bebidas sin alcohol y el uso que de ella hace la mayoría de la población es responsable y moderado, a diferencia de lo que ocurre, por ejemplo, en el norte de Europa.

En España el consumo de cerveza está asociado a pautas saludables, acompañada generalmente de alimentos y en pequeñas cantidades y forma parte de la Dieta Mediterránea y nuestras costumbres desde muy antiguo. Estas pautas vienen dadas por las propias características del producto: la cerveza es una bebida de origen agrario y uso alimentario de baja graduación alcohólica (4-5% vol., proveniente de la fermentación natural de la cebada).

El consumo de cerveza sin alcohol es el que ha experimentado un mayor crecimiento en los últimos años, situando a España como el país de la UE donde más cerveza sin se consume de toda Europa. Aproximadamente el 10% de la cerveza que se consume en nuestro país corresponde a esta variedad. Según el estudio "Consumo de bebidas y conducción. Cerveza sin alcohol y evolución de los hábitos de los conductores" de la Universidad Complutense de Madrid, un 22% de los conductores afirma beber más cerveza sin alcohol que hace cinco años, especialmente los que habitualmente son consumidores de cerveza tradicional (26%).

Entre los principales productores de Europa

España se mantiene como el tercer productor de la Unión Europea (únicamente superado por Alemania y Reino Unido, y por delante de países como la República Checa o Bélgica) y el noveno del mundo.

El sector cervecero español ocupa el cuarto lugar en Europa como generador de empleo con más de 8.000 empleos directos y 250.000 indirectos, todo lo que, a su vez, revierte en el impulso de nuestra economía, a la que aporta 5.100 millones de euros anuales, lo que representa el 0,7% del Producto Interior Bruto de nuestro país.

Peso en la economía nacional

La industria cervecera nacional afecta directamente a importantísimos sectores de nuestra economía, tales como la agricultura, la hostelería o la alimentación. Posee, además, un carácter netamente español en tanto que la mayoría del sector está controlado por capital español, las materias primas son españolas y la producción y el consumo se realiza en nuestro país (el 92% de la cerveza que se consume en España es de producción nacional).

En cuanto al gasto de cerveza nacional, según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en el año 2006 fue de 3.664,57 millones de euros, con un crecimiento del 7,6% frente al año 2005. Este sector supone el 4,5% del gasto total de la alimentación en España. En el hogar, la estructura del gasto representa un 1,2% del total del sector de la alimentación, mientras que en el canal de la hostelería y la restauración constituye un 13,9% y en Instituciones es de 0,8, lo que demuestra que el consumo de cerveza se realiza sobre todo fuera de casa.

Por zonas Nielsen, la que registró un mayor nivel de ventas en 2006 fue la zona Sur (Andalucía, sur de Extremadura y ciudades autónomas), con 7.791 millones de hectolitros, seguida de la zona Centro (ambas Castillas y Madrid), con 6.884 millones y de la zona Noreste (Cataluña, Aragón y Baleares), con 6.569 millones de hectolitros.

En estos datos no sólo influye la amplia extensión que comprenden estas zonas, sino sobre todo la climatología y la afluencia de turistas que reciben, las dos variables que más influyen en el consumo de esta bebida. Según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el 74% del consumo de cerveza en España se realiza en el canal de hostelería y la restauración, mientras que el 26% restante a través del canal de alimentación (tiendas, supermercados y grandes superficies).

Apoyo a la defensa del medioambiente

El sector cervecero siempre ha destacado por su apuesta por el uso de envases reutilizables, ya que la mayor parte de la cerveza vendida en nuestro país se ha envasado en barriles y botellas retornables (9.618.687,71 y 7.788.800 hl respectivamente). Asimismo, el total de cerveza envasada en botellas de vidrio (retornable y de uso único) ascendió a 15.176.793,4 hl.

BEBIDAS ESPIRITIOSAS

El mercado español de bebidas espirituosas ha tendido a estancar sus cifras globales durante los últimos años. El sector de las bebidas espirituosas comercializa anualmente en nuestro país alrededor de 230 millones de litros, con un valor económico cercano a los 7. 000 millones de euros. Representa, así, en torno al 0,17% del PIB español.

VALOR MERCADO ESPAÑOL DE BEBIDAS CON ALCOHOL

BEBIDAS ESPIRITUOSAS	40,3%
CERVEZA Y VINO	59,7%
TOTAL	100%

Fuente: F.E.B.E. y ACNielsen.

Por tipos de bebidas, el Whisky sigue siendo la bebida más consumida, con poco más del 31,1% del total. Le sigue el ron (15,2%), los licores y cremas (15,8%), el Brandy (12,3%), la ginebra (11,4%), el anís (6%), el vodka (4,5%), el aguardiente de orujo (1,7%), el ponche (1,6%) y el Tequila (0,4).

CUOTA DE MERCADO DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS EN ESPAÑA

BEBIDAS ESPIRITUOSAS	%
WHISKY	31,1
LICORES Y CREMAS	15,8
RON	15,2
BRANDY	12,3
GINEBRA	11,4
ANÍS	6,0
VODKA	4,5
AGUARDIENTE DE ORUJO	1,7
PONCHE	1,6
TEQUILA	0,4

Fuente: F.E.B.E.

Las bebidas espirituosas que se elaboran mayoritariamente en nuestro país son brandy, anís, aguardiente y pacharán. La producción de bebidas espirituosas en España supera los 150 millones de litros de alcohol puro, lo que representa un 1,5% del total de la producción agroalimentaria, y un 0,12% del PIB.

Los espirituosos más consumidos en España provienen de otros países, lo que da a entender la gran relevancia que tienen las importaciones en este sector. Este gran peso de la importación hace que la balanza comercial de las bebidas espirituosas sea tradicionalmente negativa. A pesar de esta relevancia de la importación, hay que destacar que el 42% de las exportaciones de bebidas con alcohol corresponden a bebidas espirituosas.

La Unión Europea es el principal origen de las importaciones y destino de las exportaciones de sector, recogiendo un 77,6% de las importaciones y el 64,2% de las exportaciones. En cuanto a la importación, el Reino Unido es el principal origen de las importaciones de bebidas espirituosas, mientras que el destino de las exportaciones no está tan concentrado.

HOGARES	33,10
HORECA	66.90
TOTAL	100,00

Fuente: FEBE Y ACNielsen

ORIGEN IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS (2005) (millones de euros)

UNIÓN EUROPEA	797,15
AMÉRICA	228,34
RESTO	1,07
RESTO DE EUROPA	0,74
TOTAL	1027,3

Fuente: F.E.B.E.

El brandy es la categoría de bebida espirituosa más dinámica en lo que a la exportación se refiere. Alrededor del 42% de la producción total de esta categoría se destina a la exportación. Los principales mercados de destino son Filipinas (47%), México (10,2%), Alemania (9,4%), Guinea Ecuatorial (8%), Reino Unido (4,5%) y China (4,2%).

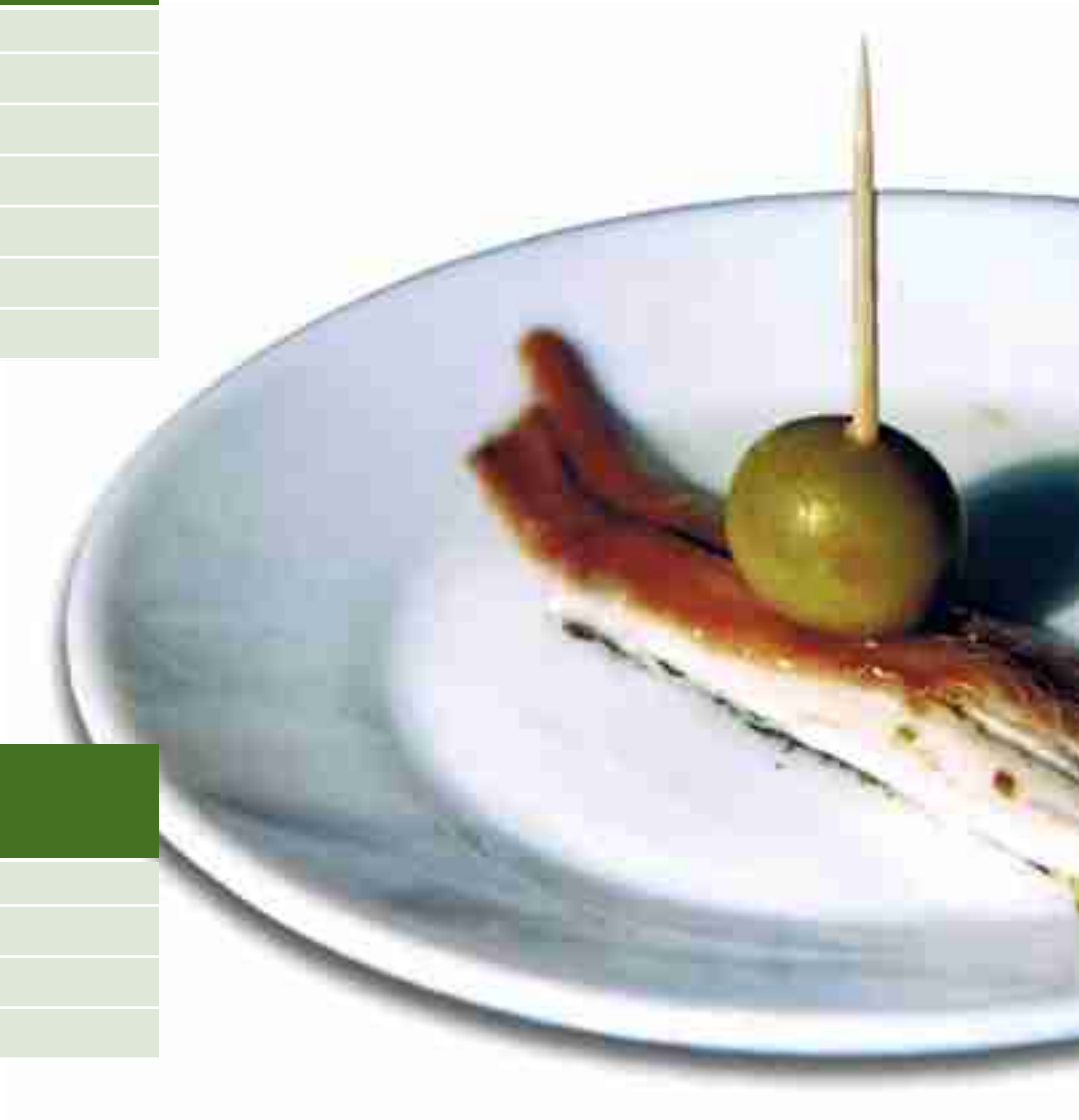
EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS (2005) (Millones de euros)	
PAÍSES	
UNIÓN EUROPEA	199,87
AMÉRICA	55,51
ASIA	26,12
RESTO DE EUROPA	12,41
RESTO	10,14
ÁFRICA	7,41
TOTAL	311,46

Fuente: BB.DD. DATACOMEX- ICEX y F.E.B.E.

En cuanto a la venta por canales, las cifras evidencian que en España las bebidas espirituosas se consumen mayoritariamente en los establecimientos de hostelería. En concreto un 82%. Esto supone que un 67% de los litros que anualmente pone en el mercado este sector se distribuyen a través de este canal. En España existen actualmente 302.596 puntos de venta del canal HoReCa, dedicándose casi el 66% de los establecimientos al sub-canal "establecimientos de bebidas", compuesto por bares, cafeterías, consumo nocturno, etc.

VALOR GASTADO EN ESPAÑA EN 2006 (Millones de euros)	
HoReCa	82,00
Instituciones	0,40
Hogares	17,60
TOTAL	100,00

Fuente: F.E.B.E. y M.A.PA.



El consumidor de bebidas espirituosas en España se caracteriza por un consumo moderado, ligado a las relaciones sociales y es cada vez más exigente y marquista. La evolución de la pirámide de población y el mayor poder adquisitivo han generado un cambio de hábitos que se traduce en que cada vez se consumen productos de mayor calidad. Esta tendencia se evidencia en el hecho de que son las categorías Premium las que mayor crecimiento han experimentado en los últimos años.

TIPO DE CONSUMIDOR	2003	2004	2005	2006
HOGARES	654.000.000,00	714.000.000,00	672.000.000,00	616.000.000,00
EXTRADOMÉSTICO	503.000.000,00	483.000.000,00	472.000.000,00	469.000.000,00
TOTAL	1.157.000.000,00	1.197.000.000,00	1.144.000.000,00	1.085.000.000,00

El sector de las bebidas espirituosas presenta una gran diversidad en cuanto a su estructura empresarial. Se combina la producción artesanal, concentrada en pequeñas empresas de carácter familiar, con la producción moderna de las grandes compañías, líderes en todo el mercado europeo y mundial.

Los fabricantes de bebidas espirituosas tienen repartidas sus industrias a lo largo de la geografía española, siendo en su mayoría (un 83%) PYMES. No obstante, a pesar de la diversidad en su estructura empresarial, existe un importante nivel de concentración. Los cinco grupos principales controlan alrededor del 69% del valor de mercado.

La industria de bebidas espirituosas es un importante generador de riqueza y empleo para la sociedad española. En España, el empleo generado, directa e indirectamente, por este sector alcanza la cifra de los 170.000 empleos. El mayor impacto en cuanto a creación de empleo se produce en el sector de hostelería, donde un 7,9% del valor total de compra es atribuible a las bebidas espirituosas. Esto se traduce en un total de 110.971 empleos indirectos.

En el sector turismo, el impacto económico se cuantifica en 40.843 empleos y 3.040 millones de euros, basándose en el hecho de que el 12,65% del gasto de los turistas en España se destina a bebidas con alcohol. El empleo indirecto en la agricultura se cifra en 12.208 empleos, al estar un 2,29% del empleo total dedicado al cultivo de materias primas para la elaboración de bebidas espirituosas.

Por otro lado, el sector de las bebidas espirituosas es un importante agente dentro del mundo publicitario. Las exigencias de un mercado cada vez más competitivo evidencian que la publicidad y el marketing tienen la complicada misión de influir sobre la percepción de las marcas y facilitar la elección del consumidor. Debido a las restricciones existentes en la publicidad de bebidas alcohólicas, se hace más costoso llegar al consumidor final, lo que obliga a las empresas del sector a realizar una mayor inversión para lograr el mismo impacto que otros sectores.

INVERSIÓN PUBLICITARIA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS POR PRODUCTO (2006) (Millones de euros)	
Cervezas	35,80
Vino	10,80
Bebidas Espirituosas	47,10
Productos Intermedios	1,30
Espumosos y Sidras	5,00
TOTAL	100,00

Fuente: F.E.B.E. e INFOADEX

Las bebidas espirituosas, con una cifra agregada cercana a los 163 millones de euros, representan casi el 50% de la inversión publicitaria total (47,1%) realizada por las empresas de bebidas con alcohol. Esta importante inversión publicitaria está sujeta a un estricto autocontrol publicitario, canalizado por un código de Autorregulación vigente desde el año 1999, arbitrado por Autocontrol, un organismo independiente de arbitraje reconocido por todas las administraciones públicas en esta materia.

4. PRODUCTOS LACTEOS

En el sector lácteo español hay 1.695 empresas y 1.878 establecimientos, cifras que están disminuyendo; sin embargo, la Encuesta Estructural del Sector Lácteo del MAPA localiza 614 empresas (sin helados), que realizan el tratamiento de 7.225.000 Tm. de leche cruda.

Se trata de un sector notablemente concentrado, ya que las 6 mayores empresas del sector transforman el 47,6% del volumen total. Además, entre las 18 primeras tratan un 75% del total, con volúmenes tratados superiores a las 100.000 toneladas.

Por subsectores, la situación actual es la siguiente:

• 182 empresas que trabajan la gama de productos frescos (las 14 que cuentan con producciones superiores a las 100.000 Tm. aportan el 84,2%).
• 86 empresas que elaboran leche de consumo (de ellas, las 12 con volúmenes superiores a las 100.000 toneladas y que aportan el 87%).

• 10 empresas que hacen leche en polvo (entre ellas hay 4 con más de 1.000 toneladas y que alcanzan el 96,4% de la producción).

• 39 empresas que elaboran mantequilla (las 9 que superan las 1.000 toneladas aportan el 92,5% de la producción).

• 489 empresas que elaboran quesos (de ellas, las 7 que superan las 10.000 toneladas aportan el 42,9% de la producción, las 5 que producen entre 4.000 y 10.000 toneladas el 10,6%, y las 443 con producción inferior a las 1.000 toneladas llegan casi al 20%).

Las empresas que desarrollan su actividad dentro del sistema lácteo son muy diversas: las hay que desarrollan su actividad en una sola fase, mientras otras están presentes en más de una; las hay especializadas en una sola gama o diversificadas dentro de los lácteo. Destaca el hecho de que precisamente en este sector se encuentran operan algunas de las mayores firmas del sistema alimentario español, así como un buen número de cooperativas.

La producción de leche líquida de consumo constituye el eje de una de las subcadenas de producción principales. La cuestión básica que ha definido la estrategia de las empresas de este subsector ha sido el alto volumen de producción y el estrechamiento de márgenes condicionado en buena manera por la estrategia de la gran distribución. Ese hecho ha obligado a las empresas a responder mediante un acusado proceso de concentración, común en todos los países desarrollados, que ha favorecido la ampliación de gama a las leches especiales, que consiguen escapar a la política de precios bajos, y la entrada en otras gamas de lácteos (quesos, refrigerados, etc.) o incluso la apertura a productos alimentarios en general. Dentro de esta última opción destaca la producción de zumos, que aprovecha buena parte de las estructuras logísticas.

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN ESPAÑA, 2005

	CONSUMO TOTAL	EN HOGARES	EN HOSTELERÍA	PER CÁPITA (KILO Y AÑO)
TOTAL DERIVADOS LÁCTEOS	1.693,61	1.395	238,8	39,58
	82,37%	14,10%		
LECHES FERMENTADAS	666,81	605	27,04	15,56
YOGURES	484,81	423	27,04	11,33
QUESOS	32,78	272,14	43,74	7,5
OTROS PRODUCTOS LÁCTEOS	1.026,80	790	211,76	24,02

Fuente: MAPA

En España, el 85% de la leche líquida se consume en los hogares, el 12,9% en hostelería y el resto en instituciones. En lo que se refiere a la distribución comercial de leche líquida tanto para el consumo en hogares como para hostelería, está prácticamente en manos de la Gran Distribución. El 91% del consumo de los Hogares se realiza en súper e hipermercados, mientras que la hostelería realiza el 71% de su compra a través de los distribuidores.

La casi la totalidad de leche líquida comercializada en España es de larga vida, se consume en los hogares y se adquiere en las grandes superficies, circunstancia que se puede extender a los productos lácteos en general, destacando la presencia cada vez más importante de leches enriquecidas y funcionales frente a las leches básicas.

Finalmente hay que destacar que el consumo de productos lácteos por persona y año se sitúa en casi 40 kilos, lo que implica una media de 100 gramos al día, dato muy significativo si le añadimos el cuarto de litro de leche consumido per capita.

En cuanto a la producción de derivados refrigerados (yogures y postres), esta tiene como característica básica el alto ritmo de innovación, la inversión en I+D y publicidad, y la posibilidad de conseguir precios remuneradores. De todos modos, las MDD se van situando en las variedades más maduras.

El sector de los quesos por su parte, es el más diverso desde el punto de vista empresarial, debido a la dualidad que se mantiene entre los grandes grupos líderes, que producen diversos tipos de quesos y se orientan a los grandes volúmenes, y los pequeños productores de quesos tradicionales, muchos acogidos a denominaciones de origen, que tienen graves deficiencias empresariales.

5. ACEITE Y ACEITUNAS

ACEITE DE OLIVA

El sector del aceite de oliva es uno de los más importantes, no sólo en el terreno agrícola y alimentario, sino también en el socioeconómico. Es un sector que puede calificarse de "tradicional" en cuanto que, en el apartado de la producción existe desde hace milenios y porque también desde hace muchos años se ha convertido en vertebrador social y económico de regiones enteras, fortaleciendo comunidades y proporcionando mano de obra y sustento del medio ambiente. La

producción oleícola es la principal fuente de empleo y la primera actividad económica de numerosas regiones productoras y ha modelado el paisaje de España y otros países a lo largo de los siglos.

España es el primer país productor mundial de aceite de oliva, con una producción media anual de 1.017 Tm en el último lustro. En la campaña 2006/2007, España, alcanzó las 1.104.875 toneladas, acercándose a la producción record de la campaña 2004/05.

PRODUCCIÓN TOTAL DE ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA (Miles de Tm)

	002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
1.413.400	860.873	1.416.411	984.026	827.319	1.104.875

Fuente: AAO, MAPA

Por Comunidades autónomas, lógicamente Andalucía es la que sigue ocupando el primer puesto en la producción nacional, con un 87% de la cuota española en 2006/07.

PRODUCCIÓN TOTAL DE ACEITE DE OLIVA EN ESPAÑA, POR CC.AA. (Miles de Tm)

	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005	2005/2006	2006/2007
ANDALUCIA	1.170.184	710.534	1.171.432	829.740	639.844	936.306
ARAGÓN	18.434	6.203	17.442	7.629	10.892	9.946
BALEARES	81	111	151	249	328	267
C. MANCHA	86.669	58.390	101.748	49.607	64.374	54.732
C. LEÓN	1.993	694	1.634	883	1.370	1.265
CATALUÑA	46.354	19.760	32.542	26.292	26.853	25.455
EXTREMADURA	48.701	34.783	45.951	46.411	38.689	46.209
MADRID	4.135	3.159	5.611	1.884	3.967	1.930
MURCIA	5.860	6.558	6.444	4.847	7.953	5.228
NAVARRA	2.046	1.467	2.676	2.413	1.726	3.139
PAÍS VASCO	73	97	183	85	90	116
LA RIOJA	521	351	1.170	511	670	962
C.VALENCIANA	28.589	18.765	29.427	13.475	30.563	19.320
TOTAL	1.413.640	860.872	1.416.411	984.026	827.319	1.104.875

Fuente: AAO, MAPA

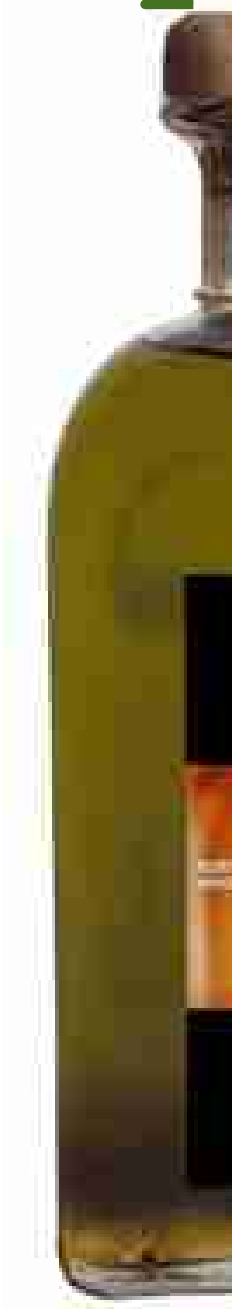
En España se cuentan más de 260 variedades de olivo que dan lugar tanto a aceites mono-varietales como a mezclas que permiten, al igual que en los grandes vinos, asociar las cualidades y sabores complementarios de distintas variedades. Dentro de ellas, las principales son la picual, cornicabra, hojiblanca, arbequina, lechín de Sevilla, verdial, empeltre y picuda.

En la actualidad existen 24 denominaciones de origen protegidas, 12 en Andalucía (D.O. Antequera, Baena, Campiñas de Jaén, Estepa , Jaén Sierra Sur , Montes de Granada, Poniente De Granada, Priego de Córdoba, Sierra de Cádiz, Sierra de Cazorla, Sierra de Segura y Sierra Mágina), 1 en Aragón (Aceite del Bajo Aragón), 4 en Cataluña (D.O. Aceite De Baix Ebre-Montsià ,Aceite De Terra Alta, Les Garrigues y Siurana) 3 en Castilla la Mancha (D.O. Aceite Campo de Montiel, Aceite de La Alcarria y Montes de Toledo), 2 en Extremadura (Aceite De Monterrubio y Gata-Hurdes), 1 Baleares (Aceite de Mallorca) y 1 en la Rioja (Aceite de La Rioja). Estas Denominaciones permiten definir el origen de los aceites y las variedades utilizadas, garantizando además la producción, elaboración y transformación del producto en sus zonas geográficas.

Comercio exterior

La internacionalización es quizás uno de los aspectos del sector donde con mayor claridad se esté viendo la profunda transformación y el avance. Ya a la par de las empresas italianas, son muchas las empresas españolas que han ganado la batalla en numerosos mercados, con marcas propias y aceites de mayor valor añadido. Puede decirse que ya algunas áreas geográficas son de "color" español, como Sudamérica, Australia, o los países árabes. Y se mantiene una puja comercial con los italianos por el predominio de Europa. Los italianos, por su parte, dominan el mercado norteamericano.

España es ya también el primer país exportador mundial, alcanzando las 600.000 toneladas en algunas campañas. En la campaña 2006/2007 se han exportado alrededor de 612,1 miles de toneladas de aceite de oliva, con un crecimiento de un 35% con respecto a la campaña anterior. El aceite de oliva español es exportado a más de 100 países en los 5 continentes, aunque sus principales mercados varían 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, restaurantes, establecimientos y las mejores tiendas gourmet de todo el mundo.



PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE ACEITE DE OLIVA (Tm)	
PAÍS	2006 (Tm)
ITALIA	192.802.900,00
FRANCIA	72.616.400,00
PORTUGAL	55.711.000,00
USA	27.512.000,00
REINO UNIDO	26.076.400,00
AUSTRALIA	15.669.100,00
JAPÓN	11.106.400,00
MÉXICO	7.616.900,00
BRASIL	5.018.900,00
MARRUECOS	520.100,00

Fuente: AAO, MAPA

La balanza comercial española de aceite de oliva arroja un saldo netamente positivo, si bien parece vislumbrarse una tendencia hacia un aumento de las importaciones que, en estos momentos no puede tomarse sin embargo como algo definitorio ya que probablemente una buena campaña en España (como la de 2006/07) haga disminuir las importaciones.

Consumo y comercialización

Respecto al consumo, en el año 2006, el aceite de oliva supone el 58,8% de los consumos totales de aceites y grasas vegetales en España. El consumo medio por persona y año es de 12,14 litros/habitante. El consumo total anual en 2006, fue de 528,69 millones de litros, destinándose el 76,2% al consumo doméstico, el 21,9% a hostelería y el 1,9% a consumo institucional. En el ámbito mundial, el consumo ronda los 2.907,5 miles de toneladas, de las que 570.000 corresponden a España (2006/2007).

Por lo que respecta a la comercialización, las envasadoras han emprendido en los últimos años un proceso de concentración con el fin de ganar volumen, ajustar costes y conseguir mayor margen, sobre todo ante la presión de la Gran Distribución. De hecho se están produciendo recientemente fusiones y compras que reflejan, como en otros

sectores, la realidad de un mercado en donde el tamaño es cada vez más importante para ganar cuota. Se está viviendo por tanto una transformación notable en España, con empresas cada vez de mayor tamaño, que entran Incluso en el campo de la producción para autoabastecerse, que venden cada vez más en el exterior y que incluso están desarrollando procesos de deslocalización internacional. Algo muy diferente a lo que ocurriría hace sólo 15 años, cuando España se destacaba fundamentalmente por exportar graneles y depender en gran medida de la comercialización que hacían empresas de Italia.

ACEITUNAS DE MESA

España es el primer productor y exportador mundial de aceitunas de mesa, posición que se debe al esfuerzo y profesionalidad de un sector en el que se combinan la tradición y la calidad de la aceituna con los avances tecnológicos de una industria moderna.

La producción mundial de aceitunas de mesa se sitúa alrededor de 1,7 millones de toneladas, de las que el 28% aproximadamente corresponden a España.

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE ACEITUNA DE MESA 2006

PRODUCCIÓN MUNDIAL	%
ESPAÑA	28%
RESTO DEL MUNDO	72%

Fuente: COI

España es también el primer país exportador de aceitunas de mesa, con 312.770 Tm. En 2006.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE ACEITUNA DE MESA

2003		2003		2003		2003	
VALOR (EUROS)	VOLUMEN (KG)	VALOR (EUROS)	VOLUMEN (KG)	VALOR (EUROS)	VOLUMEN (KG)	VALOR (EUROS)	VOLUMEN (KG)
253.971.777,00 ¤	139.328.269,00	253.971.777,00 ¤	139.328.269,00	279.557.556,00 ¤	151.321.471,00	253.971.777,00 ¤	139.328.269,00

Fuente: COI, ASEMESA

PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE ACEITUNA DE MESA (Euros)

PAÍS	2003	2004	2005	2006
EEUU	74.100.000,00	69.700.000,00	69.100.000,00	59.900.000,00
RUSIA	15.300.000,00	18.300.000,00	22.900.000,00	22.900.000,00
ARABIA SAUDITA	10.000.000,00	10.600.000,00	10.800.000,00	10.600.000,00
CANADÁ	10.400.000,00	10.200.000,00	9.800.000,00	7.500.000,00
AUSTRALIA	5.500.000,00	5.300.000,00	4.600.000,00	5.400.000,00
MÉXICO	3.500.000,00	3.400.000,00	3.400.000,00	3.300.000,00
PUERTO RICO	2.100.000,00	2.300.000,00	1.900.000,00	1.800.000,00
UCRANIA	400.000,00	100.000,00	1.900.000,00	5.400.000,00
VENEZUELA	1.700.000,00	2.600.000,00	2.100.000,00	1.500.000,00
EAU	1.700.000,00	200.000,00	1.700.000,00	2.000.000,00
RESTO	26.621.471,00	19.894.466,00	19.086.919,00	19.585.781,00
TOTAL	151.321.471,00	142.594.466,00	147.286.919,00	139.885.781,00

Fuente: ASEMESA

CONSUMO DE ACEITUNAS DE MESA EN ESPAÑA 2006

	HOGARES	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	INSTITUCIONES
MILLONES DE KILOS	111,48	33,08	1,41
%	76,4	22,7	1,0

Fuente: MAPA

ACEITE DE SEMILLAS OLEAGINOSAS

En 2005, la superficie de girasol se redujo en España a 516,2.000 hectáreas, un 46 % menos que las siembras efectuadas hace diez años. Por otro lado, la superficie de cultivo de soja se ha incrementado hasta llegar a 1.123 hectáreas, mientras la de colza (3.401 hectáreas) se redujo un 38% aproximadamente con respecto a la que se había sembrado en 2004.

De la producción de girasol se destinaron, en el año 2005, 147.302 toneladas para aceite y 202.201 toneladas para torta y harina.

En lo que se refiere a la distribución y consumo de la categoría de aceites de semillas, el que mayoritariamente se comercializa es el de girasol, que aglutina, en el canal del libre servicio, más del 90% del mercado, seguido por los de mezcla de varias semillas y el aceite de maíz. El consumo del aceite de girasol se muestra equilibrado entre el hogar y el canal HORECA, con un 52,6 % y un 41,5 % respectivamente, representando las instituciones un 5,9% del consumo.

Y en lo que se refiere al conjunto de aceites y grasas comestibles, el aceite de girasol, en el año 2006, es el tercero en importancia en el consumo nacional, con un 35,6 % de cuota de mercado y con un crecimiento frente al año 2005 del 2,1%. El consumo per capita de este producto es de 7,35% litros/habitante.

Mientras el consumo de aceite de girasol muestra un incremento de 0,8% de media anual en este último quinquenio, son los otros aceites los que han bajado (-5,2%). En este caso, el mayor descenso fue del -7,3% para el resto de aceites de semillas y de un -7 % para el de orujo. Debe tenerse también en cuenta la fluctuación que se produce en el consumo nacional entre el aceite de oliva y el de girasol por oscilaciones de precios, ya que en muchos casos están posicionados como sustitutivos, y cuando sube mucho el precio del aceite de oliva, aumenta el consumo de girasol.

En cuanto a los canales de distribución que predominan en la compra doméstica del aceite de girasol son: el supermercado con un 72,5 % y el hipermercado con un 24,4% de cuota.

Finalmente debe destacarse un hecho que cobra especial relevancia: el fuerte incremento en las importaciones de aceite de girasol que se viene produciendo el os últimos años del 76 % entre el año 2005 y 2006. De hecho, en 2005, se importaron más de 270.498 Tm de aceites de semillas, de las que unas 208.129 Tm correspondieron a girasol y el resto a otros aceites, soja principalmente.

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE ACEITES DE SEMILLAS (Tm.)

	SOJA	CACAHUATE	LINAZAS	ALGODÓN	GIRASOL	TOTAL DE IMPORTACIONES
2002	30.334	312	2.859	2.469	87.664	123638
2003	13.213	1.007	4.076	161	72.588	91045
2004	30.004	213	1.646	3	118.157	150023
2005	57.501	735	1.649	2.484	208.129	270498

6. TRANSFORMADOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS

CONSERVAS VEGETALES

El Sector de las conservas vegetales está caracterizado por la estabilidad de los volúmenes y operadores, con una fuerte dependencia de los mercados exteriores. Se trata de un mercado maduro con una venta neta en 2005 en torno a los 6.220 millones de euros. Es un sector bien estructurado, que exporta alrededor del 50% de lo que produce en volumen y aproximadamente el 40% de su facturación total.

Las principales zonas productoras de conservas vegetales en España son:

- Zona de Alicante, Albacete y Murcia
- Zona de Navarra, La Rioja y Aragón
- Zona de Valencia y Castellón
- Zona de Andalucía
- Zona de Extremadura

Los productos que elabora el Sector de la Conserva Vegetal en España se pueden clasificar en tres grandes grupos, si excluimos los zumos y encurtidos: Conservas de Frutas, Conservas de Hortalizas y Conservas de Tomate.

Dentro de cada grupo y como viene siendo habitual en este sector, existen una serie de productos "estrella". En conservas de fruta destacan claramente: las mandarinas, el melocotón y el albaricoque, sin olvidarnos de las conservas de peras, de fresas, mezclas de frutas y por otro lado las confituras y mermeladas. En conservas de hortalizas destacan las conservas de alcachofas, las conservas de setas (donde incluiríamos el champiñón) el pimiento y el espárrago en conserva. En cuanto a conservas de tomate: el concentrado, seguido del pelado, los jugos y el tomate triturado son los productos más destacables.

En 2005, las exportaciones de las principales partidas arancelarias correspondientes a conservas vegetales, totalizaron 98,3 millones de euros, presentando una disminución del 21%. Sin embargo muestra un superávit del 9,1 millones de euros en la balanza comercial.

BALANZA COMERCIAL DE CONSERVAS DE VEGETALES 2004 Y 2005

AÑO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO	% DE COBERTURA
2004	123,8	90,2	33,6	137,2
2005	98,3	89,2	9,1	110,2

Fuente: MAPA

Las ventajas del sector de la conserva vegetal español radican en su amplia oferta de productos y gamas, además de un buen saber hacer y experiencia tras décadas de ofertar sus productos en el mercado internacional, unido a una garantía de calidad y seguridad alimentaria que se encuentra en la vanguardia del sector conservero mundial.

La industria española de la conserva vegetal se encuentra en disposición de ofrecer sus productos con las más altas garantías en todos estos campos. Además como es lógico y necesario, el sector español apoyado por el fomento corporativista de las organizaciones sectoriales como la FNACV, la investigación, el desarrollo y la innovación, así como un nivel tecnológico de partida de las empresas del sector que se puede catalogar como alto y puntero en el mundo, permite ofrecer unas líneas de productos adaptadas al tendencias actuales del consumo garantizado la plena satisfacción del consumidor.

7. TRANSFORMADOS DE PESCADO

El sector conservero de productos de la pesca y de la acuicultura, ha tenido y sigue teniendo una importancia socioeconómica vital, sobre todo para algunas regiones como lo son las zonas litorales gallegas en donde se viene desarrollando una muy importante actividad industrial transformadora de conservas, siendo la más importante de la Unión Europea.

PRODUCCION DE CONSERVAS DE PESCADOS Y MARISCOS Y SEMICONSERVAS DE ANCHOAS.

	VOLUMEN TM			VALOR Miles Euros			PRECIO MEDIO		
	2.006	2.007	%'2007 s/2006	2.006	2.007	%'2007 s/2006	2.006	2.007	%'2007
	TM.	TM.		Miles ¤	%Miles ¤	%	¤/Kg	¤/Kg	
TOTAL PRODUCCION	328.118	337.927	2,99%	1.191.225	1.261.158	5,87%	3,63	3,73	2,80%

Fuente: ANFACO

A pesar de que una de las características del sector conservero de productos del mar español ha sido tradicionalmente su atomización, este panorama está gradualmente cambiando desde hace unos años de modo casi natural a favor de un aumento de industrias de dimensiones mayores, lo que supone mayor concentración.

Durante el periodo del 2006-2007, la producción de conservas y semiconservas de pescados y mariscos ha seguido la misma tendencia que en años anteriores, y volvió a registrar un aumento en su producción, tanto en volumen como en valor, situándose el crecimiento en un 3,22% en volumen y en un 6,33% en valor.

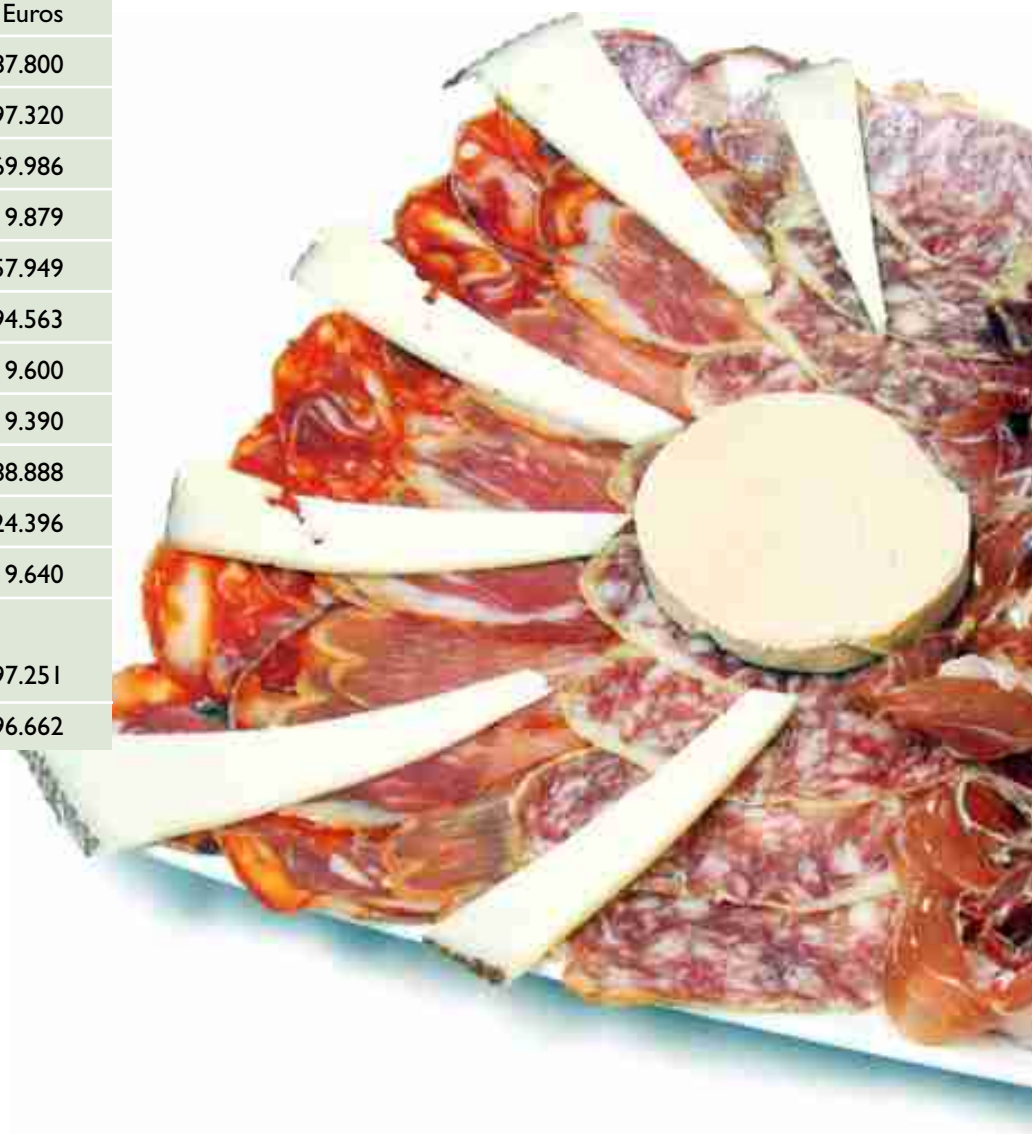
Los productos que han registrado un mayor aumento en su producción han sido: las almejas (10% en volumen y 15% en valor), el atún (5% en volumen y 13% en valor), los calamares (5% en volumen y 4% en valor) y la caballa (4% en volumen y 1% en valor).

En cuanto al reparto de la producción por especies, se puede comprobar cómo el atún es la principal especie producida por la industria española, ya que representa un 62,8% del volumen total producido. Después del atún, las sardinas en conserva son la segunda especie producida en mayor cantidad, seguido este producto por la caballa, los mejillones, el atún blanco, los calamares y los berberechos.
En el apartado de comercio exterior, ante las cifras de exportación obtenidas entre los años 2006-2007 la conclusión primera a la que se puede llegar es que el sector de conservas de pescados y mariscos ha logrado consolidar el crecimiento de su exportación con un aumento del 6,58% en volumen y de un 5,46% en valor, situándose en 131.995 Tm. y 461.083 miles de euros.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE CONSERVAS DE PESCADO Y MARISCOS POR ESPECIES (SIN CONTAR SEMICONSERVAS DE ANCHOAS)

	2.006	2.007	%'2007s/2006	2.006
	TM.	TM.	%	Miles Euros
SARDINA/ SARDINILLA	28.627	28.341	-1,00%	87.800
ATÚN BLANCO	12.414	12.538	1,00%	97.320
ATÚN	193.579	203.258	5,00%	469.986
ATÚN CON VEGETALES	3.663	3.590	-2,00%	19.879
CABALLA	14.256	14.826	4,00%	57.949
MEJILLONES	14.418	14.130	-2,00%	94.563
PULPO Y CHIPIRONES	2.802	2.466	-12,00%	19.600
CALAMARES	5.078	5.332	5,00%	19.390
BERBERECHOS	5.436	5.382	-1,00%	88.888
ALMEJAS	2.504	2.754	10,00%	24.396
NAVAJAS	1.298	1.259	-3,00%	19.640
LOS DEMÁS (ZAMBURIÑAS, HUEVAS, SURIMI, JUREL, BACALAO,…)	29.625	29.921	1,00%	97.251
TOTAL	313.700	323.797	3,22%	1.096.662

Fuente: Elaboración CONFECARNE con datos de la Agencia Tributaria



En cuanto a los precio medio, este se registró con 3,49¤/kg, manifestando un incremento del 1,04%.

Las exportaciones se dirigen en más de un 85% a la Unión Europea y las importaciones proceden en más de un 50% del continente americano.

Por su parte, las importaciones de conservas y semiconservas de pescados y mariscos, han tenido un ligero incremento durante el año 2007, ya que el volumen ha aumentado en un 2,09% y el valor en un 7,8%, elevándose las importaciones a un total de 146.933 toneladas por un valor de 477.268 miles de euros.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE PREPARADOS Y CONSERVAS DE PESCADOS Y MARISCOS

	VOLUMEN TM			VALOR Miles de Euros			PRECIO MEDIO		
	ENE-NOV.2006	ENE-NOV.2007		ENE-NOV.2006	ENE-NOV.2007	2007 s/2006	ENE-NOV.2006	ENE-NOV.2007	2007 s/2006
	TM.	TM.		MILES ¤	MILES ¤	%	¤/KG	¤/KG	%
TOTAL	123.848	131.995		437.192	461.083	5,46%	3,53	3,49	1,04%

Fuente: ANFACO

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE PREPARADOS Y CONSERVAS DE PESCADOS Y MARISCOS

	VOLUMEN TM			VALOR Miles de Euros			PRECIO MEDIO		
	ENE-NOV.2006			ENE-NOV.2006	ENE-NOV.2007	2007 s/2006	ENE-NOV.2006	ENE-NOV.2007	2007 s/2006
	TM.			MILES ¤	MILES ¤	%	¤/KG	¤/KG	%
TOTAL	143.932			442.745	477.268	7,80%	3,08	3,25	5,60%

Fuente: ANFACO

En cuanto al consumo de conservas en España se sitúa alrededor de los 6.6 kg/cápita, siendo el consumo en atún de unos 3.3 kg/cápita.

Si se realiza un análisis del consumo de conservas por especies:

• Hogares: Conservas de atún se encuentran en el 73% de los hogares españoles, seguido por mejillones y el 71% de los hogares consumen conservas de pescados por lo menos 1 vez a la semana.

• Restauración: Al igual que para los hogares, las conservas de atún es la principal especie de este tipo de productos por la restauración, seguido de anchoas y sardinas.

• Instituciones: Los productos más comprados son el atún, mejillones y sardinas.

• Población inmigrante: Atún, sardina, mejillón y caballa.

Además debe destacarse que el 99% de los hogares españoles tiene en su casa conservas de pescados y mariscos.

8. PRODUCTOS PESQUEROS CONGELADOS Y COCIDOS

Las ventas de productos pesqueros congelados se han incrementado un 5,8%, según los últimos datos del Panel de Consumo del MAPA. Este estudio analiza la evolución de la demanda de alimentos en España mes a mes.

En el año móvil que transcurre entre diciembre de 2006 y noviembre de 2007, el gasto total en alimentación se situó en torno a los 62.500 millones de euros, lo que supone un 5,7% de incremento con respecto al mismo período del año anterior.

Dentro de este contexto, los productos de la pesca, que representan el 14% del mercado de alimentación, crecieron a un ritmo del 4,8%. Las ventas de pescado congelado y las de crustáceos y moluscos son las que mejor han evolucionado, con un incremento en volumen del 5,8% y 5,4%, respectivamente. El comportamiento positivo de estas dos partidas ha compensado los efectos de desaceleración de las ventas de pescado fresco, que descendieron un 1,2%.

VENTA EN LOS HOGARES (DICIEMBRE 2006-NOVIEMBRE 2007)

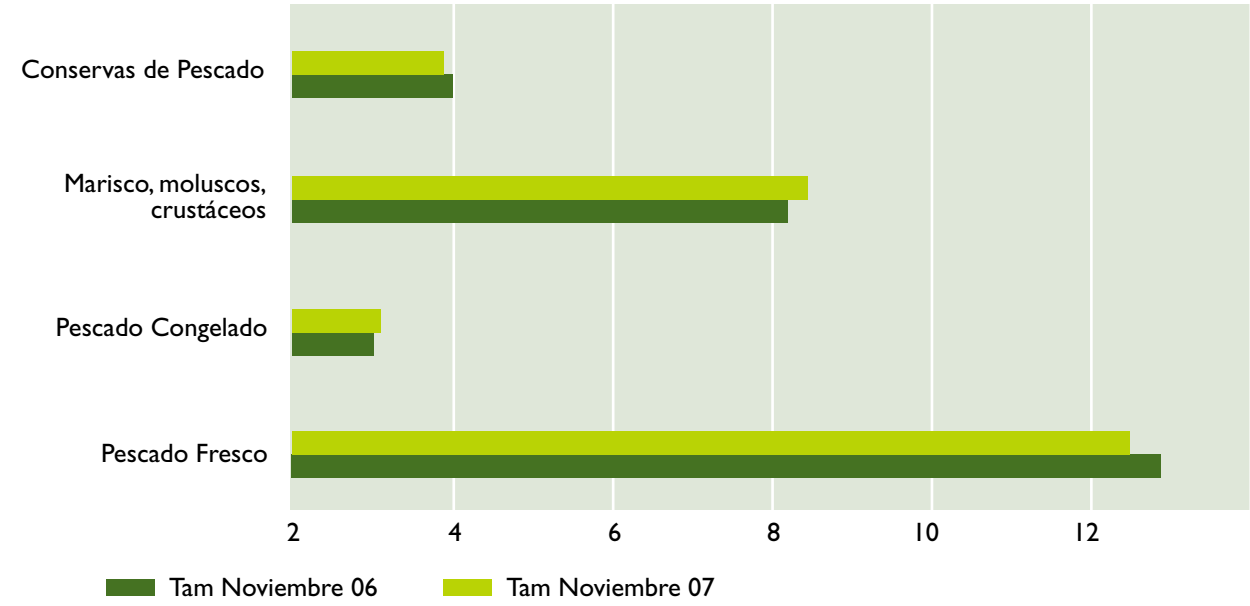
	TAM Noviembre 06	TAM Noviembre 07	Var
PESCADO	701.684,76	702.215,03	0,1%
PESCADO FRESCO	572.723,90	565.740,09	-1,2%
PESCADO CONGELADO	128.960,86	136.474,93	5,8%
MARISCOS, MOLUSCOS, CRUSTÁCEOS	354.868,73	374.096,34	5,4%
CONSERVAS DE PESCADO	175.629,60	176.314,67	0,4%
TOTAL PESCA	1.232.183,09	1.252.626,04	1,7%

Fuente: MAPA

Consumo per capita

La evolución del volumen comercializado de productos pesqueros también tiene su reflejo en los datos de consumo per capita. En la siguiente gráfica, se puede constatar tanto la pérdida de peso del pescado fresco, como la evolución positiva del congelado y del marisco.

REPARTO PER CAPITA DEL CONSUMO DE PESCADO



CONSUMO DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA EN ESPAÑA (2006)

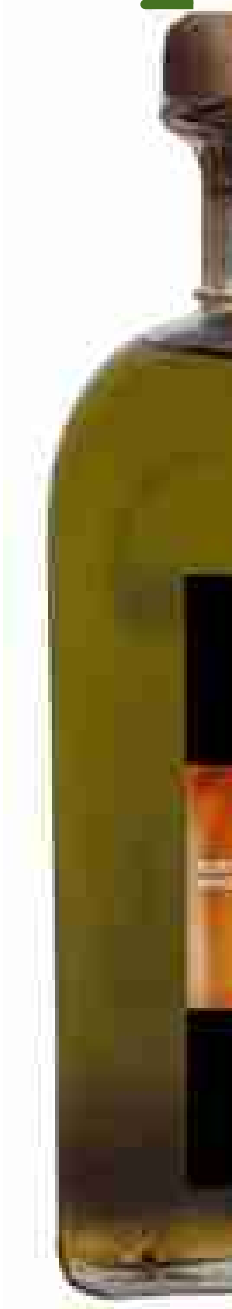
	HOGARES HOSTELERÍA E INSTITUCIONES RESTAURACIÓN			TOTAL COMPRADA	TOTAL PER CÁPITA
	Millones de Kg			Kg	
TOTAL PRODUCTOS DE LA PESCA	1218.7	312.3	41.2	1572.2	36.7
PESCADO FRESCO	575.2	98.0	10.8	684.0	16.0
PESCADO CONGELADO	129.5	40.0	20.8	190.3	4.5
MARISCOS FRESCOS	211.8	60.6	1.1	273.5	6.4
MARISCOS CONGELADOS	131.9	79.6	4.4	216.0	5.1
CONSERVAS DE PESCADOS Y MARISCOS	170.2	34.2	4.1	208.5	4.9

Fuente: MAPA

Con respecto a los últimos datos disponibles, relativos a noviembre de 2007, se constata un crecimiento por encima de la media, tanto del gasto en productos de la pesca (un 9,2%), como de los platos preparados (un 11,3%). En este mes, las compras de alimentación rondaron los 5.500 millones de euros.

Observatorio de consumo

Según datos del MAPA, el formato supermercado se presenta como primer punto de venta para los productos pesqueros, con una comercialización superior a las 200 toneladas. A continuación, se sitúan las tiendas tradicionales/especialistas, con algo más de 150 toneladas. En cuanto a los establecimientos discount, es destacable el peso que tiene el congelado en el conjunto de las ventas globales de pescado, ya que representa casi el 80% del total. Por especies, la merluza lidera el ranking de pescados congelados vendidos en los diferentes formatos, con un 39% del total. Le sigue el bacalao, que representa en torno al 10%, y el lenguado, con un 6%.



COMERCIO EXTERIOR DE PESCADO CONGELADO, CRUSTÁCEOS Y CEFALÓPODOS

EXPORTACIONES

Con 146 millones de euros en el 2007 y un crecimiento del 18 % respecto al 2006 la exportación de pulpos congelados, en cuanto a valor, representan un 28% del sector de productos pesqueros congelados y cocidos, tomando la primera posición en la lista, donde el total de las exportaciones alcanzan los 518 millones de euros y 278,660 toneladas, mostrando un incremento contra el período anterior del 14% en valores y del 18% en volumen.

EXPORTACIONES DE PESCADO CONGELADO, CRUSTÁCEOS Y CEFALÓPODOS	%
PULPOS	28,2
CAMARONES, LANGOSTINOS PELADOS/SIN PELAR CONGELADOS COCIDOS	15,1
LANGOSTINOS	13,7
BONITOS DE VIENTRE RAYADO CONGELADOS	12,3
CALAMARES	13,9
MERLUZA ARGENTINA.	5,9
SARDINAS Y SARDINELAS	5,5
POTA	5,4

Fuente: ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE ELABORACION DE PRODUCTOS DEL MAR

Los principales países destino de estas exportaciones varían según el producto, en el caso de los pulpos son Portugal (34,6%), Italia (31,5%), Grecia (8,1%), Japón (6,8%), Alemania (5,3%) y China (4,3%). Siendo similar aunque varíe la posición en Langostinos, camarones y gambas. Por otra parte los principales países destino de las exportaciones de Bonitos de vientre rayado son Seychelles, Portugal, Tailandia, Mauricio, Ecuador, Costa de marfil y Singapur.

PRINCIPALES PAÍSES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE LANGOSTINOS ICL. PELADOS/SIN PELAR CONGELADOS COCIDOS (03061350)

PAÍS	%
ITALIA	38,5
PORTUGAL	30,6
FRANCIA	15,3
GRECIA	5,3
REINO UNIDO	2,5
RESTO DE PAÍSES	7,8

Fuente: ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE ELABORACION DE PRODUCTOS DEL MAR

PRINCIPALES PAÍSES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE CAMARONES, LANGOSTINOS PELADOS/SIN PELAR CONGELADOS COCIDOS (03061380)

PAÍS	%
ITALIA	40,2
FRANCIA	28,4
PORTUGAL	19,4
CHINA	2,2
GRECIA	2,4
RESTO DE PAÍSES	7,4

Fuente: ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE ELABORACION DE PRODUCTOS DEL MAR

PRINCIPALES PAÍSES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES BONITOS DEVIENTRE RAYADO CONGELADOS (03034311)

PAÍS	%
SEYCHELLES	26,6
PORTUGAL	19,4
TAILANDIA	13,5
MAURICIO	14,3
ECUADOR	6,1
COSTA DE MARFIL	5,2
SINGAPUR	3,2
RESTO DE PAÍSES	11,7

Fuente: ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE ELABORACION DE PRODUCTOS DEL MAR

EXPORTACIONES DE PESCADO CONGELADO, CRUSTÁCEOS Y CEFALÓPODOS 2006-2007

	VOLUMEN Tm			VALOR (¤000)		
	2006	2007	Var Tm	2006	2007	Var Tm
Pulpos (octopus spp.) congelados cocidos (03075910)	28.248,1	30.491,4	8%	124.434,8	146.386,4	18%
Camarones, langostinos pelados/sin pelar congelados cocidos (03061380)	9.541,0	16.004,1	68%	64.860,7	78.054,2	20%
Langostinos icl. pelados/sin pelar congelados cocidos (03061350)	9.489,1	12.192,3	28%	65.601,6	70.890,3	8%
Bonitos de vientre rayado congelados (03034311)	61.602,4	72.326,4	17%	47.392,1	63.612,5	34%
Calamares (loligo patagónico) congelados (03074935)	21.613,0	19.434,1	-10%	47.724,2	44.053,5	-8%
Merluza argentina (merluccius hubbsi) congelada (03037812)	17.952,9	17.849,4	-1%	28.985,3	30.830,3	6%
Sardinas y sardinelas (sardinella spp.) congeladas (03037130)	57.849,8	76.461,3	32%	20.032,1	28.586,5	43%
Pota (illex spp.) congelada (03079911)	17.150,8	20.865,7	22%	27.721,2	28.126,8	1%
Calamares (loligo spp.) congelados (03074938)	12.640,8	13.035,9	3%	28.580,4	28.035,9	-2%
TOTAL	236.087,8	278.660,4	18%	455.332,4	518.576,4	14%

Fuente: ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE ELABORACION DE PRODUCTOS DEL MAR

IMPORTACIONES

La importación de Langostino Panaeus (03061350) con 440 millones de euros muestra un decrecimiento del -16%, a pesar de ello representa el 33% del total de las importaciones de este sector, liderando la lista en este rubro. En segundo lugar están los Camarones, langostinos, quisquillas y gambas congeladas (03061380) con un 17,8% del total en valores, con 235 millones de euros y proyectando un decrecimiento con respecto al período anterior del -17%.

IMPORTACIONES DE PESCADO CONGELADO, CRUSTÁCEOS Y CEFALÓPODOS	%
PULPOS	28,2
CAMARONES, LANGOSTINOS PELADOS/SIN PELAR CONGELADOS COCIDOS	15,1
LANGOSTINOS	13,7
BONITOS DE VIENTRE RAYADO CONGELADOS	12,3
CALAMARES	13,9
MERLUZA ARGENTINA.	5,9
SARDINAS Y SARDINELAS	5,5
POTA	5,4

Fuente: ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE ELABORACION DE PRODUCTOS DEL MAR

En total el sector ha importado 1.325.686,6 miles de euros y 406.779,2 toneladas, en el año 2007, mostrando un decrecimiento contra el 2006, tanto en valores como en volumen del -12% y -3% respectivamente. Sin embargo es importante mencionar que la balanza comercial muestra un déficit de 807.110,17 miles de euros para el año 2007 en este sector.

Los principales países origen de las importaciones, así como en las exportaciones, varían por producto. En cuanto a los Langostinos los principales países origen son Argentina (25,2%), Ecuador (15,6%), Honduras (6,1%) y Colombia (5,7%). Con relación a Camarones, langostinos, quisquillas y gambas congeladas (03061380) se mantiene en las primeras 10 posiciones Argentina, Ecuador, Colombia y Mozambique variando en los sucesivos.
Gráficas de Pastel:

PRINCIPALES PAÍSES ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE LANGOSTINOS (PANAEUS SPP.) (03061350)	
PAÍS	%
ARGENTINA	25,2
ECUADOR	15,6
HONDURAS	6,1
COLOMBIA	5,7
NICARAGUA	5,5
BRASIL	3,1
FRANCIA	5,3
MOZAMBIQUE	6,5
VENEZUELA	3,1
RESTO DE PAÍSES	23,8

Fuente: ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE ELABORACION DE PRODUCTOS DEL MAR

PRINCIPALES PAÍSES ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE CAMARONES, LANGOSTINOS, QUISQUILLAS Y GAMBAS CONGELADAS (03061380)	
PAÍS	%
CHINA	28,0
ARGENTINA	25,9
ECUADOR	3,0
INDIA	2,8
BÉLGICA	2,5
MOZAMBIQUE	6,1
COLOMBIA	1,0
RESTO DE PAÍSES	30,9

Fuente: ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE ELABORACION DE PRODUCTOS DEL MAR

PRINCIPALES PAÍSES ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE PULPOS (OCTOPUS SPP.) (03075910)	
PAÍS	%
MARRUECOS	58,6
MAURITANIA	13,2
MÉXICO	5,2
VIETNAM	1,8
PORTUGAL	4,6
RESTO DE PAÍSES	16,6

Fuente: ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE ELABORACION DE PRODUCTOS DEL MAR

PRINCIPALES PAÍSES ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES CALAMARES (LOLIGO SPP. EXCEPTUANDO VULGARIS) CONGELADOS (03074938)	
PAÍS	%
ISLAS MALVINAS	37,8
INDIA	21,0
CHINA	7,4
PERÚ	4,7
SUDÁFRICA	11,5
REINO UNIDO	3,4
RESTO DE PAÍSES	14,1

Fuente: ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE ELABORACION DE PRODUCTOS DEL MAR

IMPORTACIONES DE MERLUSA, CRUSTÁCEOS Y CEFALÓPODOS 2006 -2007

	VOLUMEN Tm			VALOR (¤000)		
	2006	2007	Var Tm	2006	2007	Var Tm
Langostinos (Panaeus spp.) (03061350)	108.523,8	106.462,0	-2%	523.156,9	440.552,4	-16%
Camarones, langostinos, quisquillas y gambas congeladas (03061380)	48.338,8	49.498,5	2%	284.290,1	235.857,4	-17%
Pulpos (octopus spp.) (03075910)	40.371,3	42.602,7	6%	182.759,7	206.294,7	13%
Calamares (loligo spp. Exceptuando vulgaris) congelados (03074938)	56.897,0	57.965,2	2%	112.852,2	138.262,9	23%
Parapaneuas longirostris (03061340)	10.559,8	10.819,3	2%	86.421,3	79.626,4	-8%
Pota (Illex spp.) (03079911)	92.837,0	71.017,8	-24%	122.842,2	62.506,6	-49%
Merluccius australis congelada (03037813)	13.633,2	14.480,5	6%	47.088,3	54.887,8	17%
Gamba (Pandalidae) (03061310)	8.946,2	7.942,8	-11%	47.131,4	46.517,9	-1%
Calamares (loligo spp. y vulgaris) congelados (03074931)	13.534,0	7.577,1	-44%	49.308,1	30.502,0	-38%
Merluccius hubbsi congelada (03037812)	11.117,2	12.139,1	9%	15.949,1	19.401,3	22%
Merluccius capensis y merluccius paradoxus congeladas (03037811)	16.705,1	26.274,2	-32%	33.856,9	11.277,2	-22%
TOTAL	421.463,4	406.779,2	-3%	1.505.656,1	1.325.686,6	-12%

Fuente: ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE ELABORACION DE PRODUCTOS DEL MAR

9. DULCES

La producción total del sector en 2006 ha sido de 1.016.781 Tm.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE DULCES (Tm.)		
NOMBRE DE SUBSECTOR O PRODUCTO	2005	2006
CONFITERÍA DE AZÚCAR (1)	202.812	216.028
CONFITERÍA DE CHOCOLATE (2)	150.458	144.809
GALLETAS (3)	322.902	326.074
PANIFICACIÓN Y PASTELERÍA (4)	328.937	329.870
TOTAL	1.005.109	1.016.781

(1) Incluye caramelos, chicles, turrones y mazapanes
(2) Incluye chocolate y derivados del cacao
(3) Incluye todo tipo de galletas
(4) Incluye Panificación industrial seca y fresca y pastelería industrial

Fuente: FEAD

La facturación en ese mismo año ascendió a 3.953 millones de euros, de los cuales, 669.526 correspondieron a exportaciones, lo que supone un 16,94% sobre el total y el resto, 3.283.795 concierne al mercado nacional. Estas cifras sitúan a España en el 5º lugar en el ranking de producción de la nueva Europa de los 27.

FACTURACIÓN TOTAL DEL SECTOR (Euros)			
NOMBRE DE SUBSECTOR O PRODUCTO	2004	2005	2006
CONFITERÍA DE AZÚCAR	896.404	901.464	954.122
CONFITERÍA DE CHOCOLATE	982.232	1.024.505	1.062.838
GALLETAS	745.889	753.990	797.624
PANIFICACIÓN Y PASTELERÍA	1.043.562	1.087.483	1.138.737
TOTAL	3.668.087	3.767.442	3.953.321

Fuente: FEAD

El sector crea aproximadamente 30.000 puestos de trabajo directos, siendo el número de puestos de trabajo indirectos mucho mayor.

En lo que respecta al comercio exterior, la balanza comercial del sector continua siendo positiva en cuanto a volumen. Las exportaciones en 2006 ascendieron a 273.574 Tm., frente a las importaciones que supusieron 240.732 Tm. Los principales destinos de las exportaciones son Francia, Portugal, Alemania, Reino Unido y EE.UU., suponiendo en su conjunto el 72% del total.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS (Tm.)

NOMBRE DE SUBSECTOR O PRODUCTO	2004	2005	2006
CONFITERÍA DE AZÚCAR	94.759	93.285	102.005
CARAMELOS Y CHICLES	91.732	89.876	98.773
TURRONES Y MAZAPANES	3.027	3.409	3.232
CONFITERÍA DE CHOCOLATE	51.229	54.251	49.479
GALLETAS	97.734	101.057	105.705
PANIFICACIÓN Y PASTELERÍA	19.952	20.427	16.388
TOTAL	263.674	269.020	273.577

Fuente: FEAD

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS (Tm.)

NOMBRE DE SUBSECTOR O PRODUCTO	2005	2006
CONFITERÍA DE AZÚCAR (1)	26.318	27.680
CONFITERÍA DE CHOCOLATE (2)	63.584	67.974
GALLETAS (3)	59.162	65.977
PANIFICACIÓN Y PASTELERÍA (4)	71.680	79.101
TOTAL	220.744	240.732

(1) Incluye caramelos, chicles, turrones y mazapanes
(2) Incluye chocolate y derivados del cacao
(3) Incluye todo tipo de galletas
(4) Incluye Panificación industrial seca y fresca y pastelería industrial

Fuente: FEAD

Respecto a la composición de la industria podemos desglosar las cifras en varios subsectores:

Confitería de Chocolate

Durante el periodo el 2006, la producción nacional se incrementó un 2,2% con respecto al año anterior, situándose en 163.306 Tm. El consumo per cápita nacional es de 3,65 Kg/persona. Según datos del MAPA, el reparto por variedades de consumo de este subsector es como sigue:

- cacao soluble, 41% del mercado.
- tabletas de chocolate, 26%
- crema de cacao para untar, 10%
- otros productos con y de chocolate, resto.

Tanto en el consumo y en el gasto, los hogares tienen la mayor participación, con el 94%. En un menor porcentaje se encuentran la hostelería y restauración con (4,5%) y las instituciones (1,5%). En lo referente a las exportaciones (49.479 Tm en 2006), en estas experimentaron una disminución del 8,7% con respecto al año anterior. Las importaciones, en cambio, han mostrado un aumento del 6,9%, llegando a 67.974 Tm.

Galletas

Este subsector ha manifestado cambios relacionados con la percepción de los consumidores, puesto que las galletas han pasado de ser consideradas un producto típicamente infantil, a ser un producto apto para todas las edades y para todos los gustos. Esto se debe al aumento de productos funcionales y dietéticos dirigidos a un consumidor adulto.

El subsector ha experimentado en 2006 crecimientos tanto en volumen (392.051 Tm. producidas), como en valor, creciendo un 5,79% y alcanzando los 797 millones de euros.

En lo que se refiere al comercio exterior, entre el 2004 y el 2006 la exportaciones han experimentado una subida del 8,16%, situándose en 105.705 Tm., con un aumento del 4,5% en valor con respecto al año anterior. Por su parte, las importaciones registradas en 2006 también muestran una importante subida, sobre todo en volumen, con 65.977 Tm., frente a las 59.162 Tm. importadas en el ejercicio anterior.

Panificación y pastelería de marca

Este subsector está compuesto por una gran variedad de productos: panes, pasteles, y productos similares. En 2006 ejercicio se facturaron 1.138 millones de euros y se consolidó una producción de 408.970 Tm., lo que ha supuesto crecimientos del 5% y 2,4% respectivamente.

Las exportaciones se situaron en las 16.388 Tm. en 2006, con una disminución del 19,8% con respecto a 2005. En cuanto al valor, la reducción en las exportaciones fue del 14,4% hasta los 30,5 millones de euros. Sin embargo las importaciones muestran un comportamiento diferente, al alza, con un aumento del 10,35% en volumen, hasta las 79.101 Tm.

Confitería de azúcar

Este subsector en el 2006 ha facturado 954.122 miles de Euros, con una producción de 216,028 Tm. En cuanto a las exportaciones, experimentó en 2006 un incremento del 9,35%, con un volumen total exportado de 102.005 Tm. Los principales segmentos de confitería de azúcar están representado por:

Caramelos y chicles

Según reportes de la Asociación Española de Fabricantes de Caramelos y Chicles la concentración industrial es una de las principales características, con 5 empresas que copan el 46% de la cuota de mercado. En 2006, considerando tanto el mercado nacional como el de exportación, la producción española de caramelos y chicles ascendió a cerca de 211.612 Tm., lo que supone un aumento cercano al 7% respecto al año anterior. En cuanto al consumo nacional, según datos de CAOBISCO, el consumo per capita en España actualmente está en torno a 3,17 kg./año. La categoría de productos de mayor consumo la constituyen los caramelos infantiles y adultos, con el 62% del total del mercado. Cabe resaltar que la producción de caramelos y chicles hasta hace unos años se dirigía a un público infantil, sin embargo esta tendencia está cambiando hacia la búsqueda de productos más saludables y con una mayor orientación al público adulto. Por lo que se refiere al comercio exterior, las exportaciones de caramelos y chicles se recuperaron en 2006 hasta alcanzar las 98.773 Tm., lo que supone un incremento del 10%. Por otro lado, en las importaciones se registró un incremento de 5,18%, hasta las 27.680 Tm.

Turrones y mazapanes

La Asociación Española de Fabricantes de Turrones y Mazapanes (TUMA) manifestó que en 2006 las ventas totales del sector ascendieron a 278 millones de euros, lo que se traduce en un volumen de negocio de 32.096 Tm. de producto; cuyos porcentajes de crecimiento respecto al ejercicio

anterior son del 3,1% y 2,6% respectivamente. Considerando las ventas por tipo de producto, el mayor porcentaje está representado por la categoría de turrones en todas sus variedades con un 73%. El 27% restante corresponde a pastelería de mazapán, mazapanes, y otros productos navideños. En lo que se refiere a la venta de turrones, los tradicionales, tanto el duro y como el blando, copan el 59% de las ventas, seguido por el turrón trufado y de praliné, los turrones de sabores diversos y el chocolate crujiente, con porcentajes del 19%, 16% y 6% respectivamente. En lo que se refiere a la venta de turrones, los tradicionales, tanto el duro y como el blando, copan el 59% de las ventas, seguidos por el turrón trufado y de praliné, los turrones de sabores diversos y el chocolate crujiente, con porcentajes del 19%, 16% y 6% respectivamente.

Miel

La apicultura se concentra principalmente en Valencia, Extremadura y Andalucía y la producción se caracteriza por una gran atomización, con unos 23.265 apicultores, de los cuales el 24,66% son profesionales y el restante son apicultores aficionados que explotan un reducido número de colmenas.

Según la FAO, la producción de miel en la UE-25 durante 2005 ha ascendido a 173.650 Tm., lo que supone un incremento del 7% respecto al año anterior. España ocupa el primer lugar de la UE-25, aportando el 21 % de la producción total, seguido de Alemania y Hungría, con un 10 % cada uno.

La UE tiene registrado un número total de 11,6 millones de colmenas, de las cuales España, Grecia, Francia e Italia son los Estados miembros que detentan la mayoría. En marzo del 2007 el censo de colmenas, reconocido en el Registro de explotaciones apícolas en España, asciende a 2.320.949, lo que supone un descenso de un 6% respecto al comunicado en el año 2004.

En lo que se refiere al comercio exterior, a lo largo del año 2006, las exportaciones mostraron un aumento del 12% respecto al año anterior, situándose en 11.157 Tm. Por otro lado, las importaciones totales ascendieron a 17.566 Tm., representando un incremento del 16%.

10. AZÚCAR

España obtenía prácticamente todo su azúcar de la remolacha, con una producción de 1,03 millones de toneladas para el año 2006, reflejando un decrecimiento del -5% frente al 2005, como la azúcar de Caña que tuvo una disminución del 25% en el mismo periodo. En el 2006, se han producido más de 1 millón de toneladas de azúcar a base de de remolacha; por otro lado, la producción española de caña de azúcar ha permitido obtener unas 3.000 toneladas de azúcar.

Es importante resaltar que en 2007, la producción de azúcar ha sufrido una importante disminución, de un 50% aproximadamente, debido a una reestructuración en la industria del Sector. Esto tuvo como consecuencia la desaparición de la única empresa productora de azúcar de caña, la cual llevaba más de mil años en funcionamiento, ubicada en Granada. Además de ello también se ha visto afectada la empresa productora de remolacha de azúcar ubicada en Jaén, que en 2007 paró su producción. Quedando únicamente la Cooperativa de Valladolid y la Azucarera Ebro, S.L.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE AZÚCAR (Miles de Tm.)

PRODUCTO	2003	2004	2005	2006
REMOLACHA AZUCARERA (1)	913	1.057	1.082	1.030
CAÑA DE AZÚCAR (2)	5	5	4	3
TOTAL	918	1.062	1.086	1.033

(1) Producción de la campaña azucarera, 1 de julio del año de la serie a 30 de junio del siguiente
(2) Producción del año

Fuente: MAPA

Una de las características que hace especial a este sector es que la producción de azúcar se encuentra en manos de cuatro empresas, dentro de las cuales destaca una. La producción total roza las 1.112 miles de toneladas. La primera empresa del sector presenta una producción anual de unas 780.000 toneladas, mientras que la segunda llega hasta las 170.000.

En el 2006, los españoles consumimos unos 6,75 kilos de azúcar por persona, lo que supone una disminución frente a los 7,1 kilos consumidos en el ejercicio anterior. De la cantidad de azúcar consumida, el 63,3% corresponde al consumo que se realiza en los hogares, el 34,7% al efectuado en los establecimientos de hostelería y restauración, y el 1,8% restante supone el porcentaje del llamado consumo institucional.

CONSUMO DE AZÚCAR EN ESPAÑA

TIPO DE CONSUMIDOR	2003	2004	2005	2006
HOGARES	63,7%	64,5%	63,1%	63,4%
ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN	34,7%	33,9%	35,0%	34,7%
CONSUMOS INSTITUCIONALES	1,6%	1,6%	1,9%	1,8%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente: MAPA

En el caso de los consumos domésticos, el canal de distribución comercial de azúcar más importante es el formado por los supermercados, con una cuota de ventas del 73,3%. En segundo lugar, se sitúan los hipermercados con los 22,3%, seguidos por las tiendas tradicionales (2,4%).

Por su parte, los establecimientos de hostelería y restauración compran el 85,5% de este producto a distribuidores, el 7,6% a mayoristas y el 2,5% a cash & carry.

Las importaciones de azúcar superan claramente a las exportaciones. En el año 2005 entraron en España 520.698 toneladas de azúcar provenientes del exterior, de las que 413.312 venían de otros países de la Unión Europea y las restantes 107.386 toneladas de terceros países. Esta cifra supone un incremento interanual del 13,82%.

Por lo que hace referencia a las exportaciones, éstas llegan a las 55.440 toneladas. Esa cifra ha supuesto una reducción del 3,89%, con respecto a los datos del ejercicio anterior.

COMERCIO EXTERIOR DE AZÚCAR

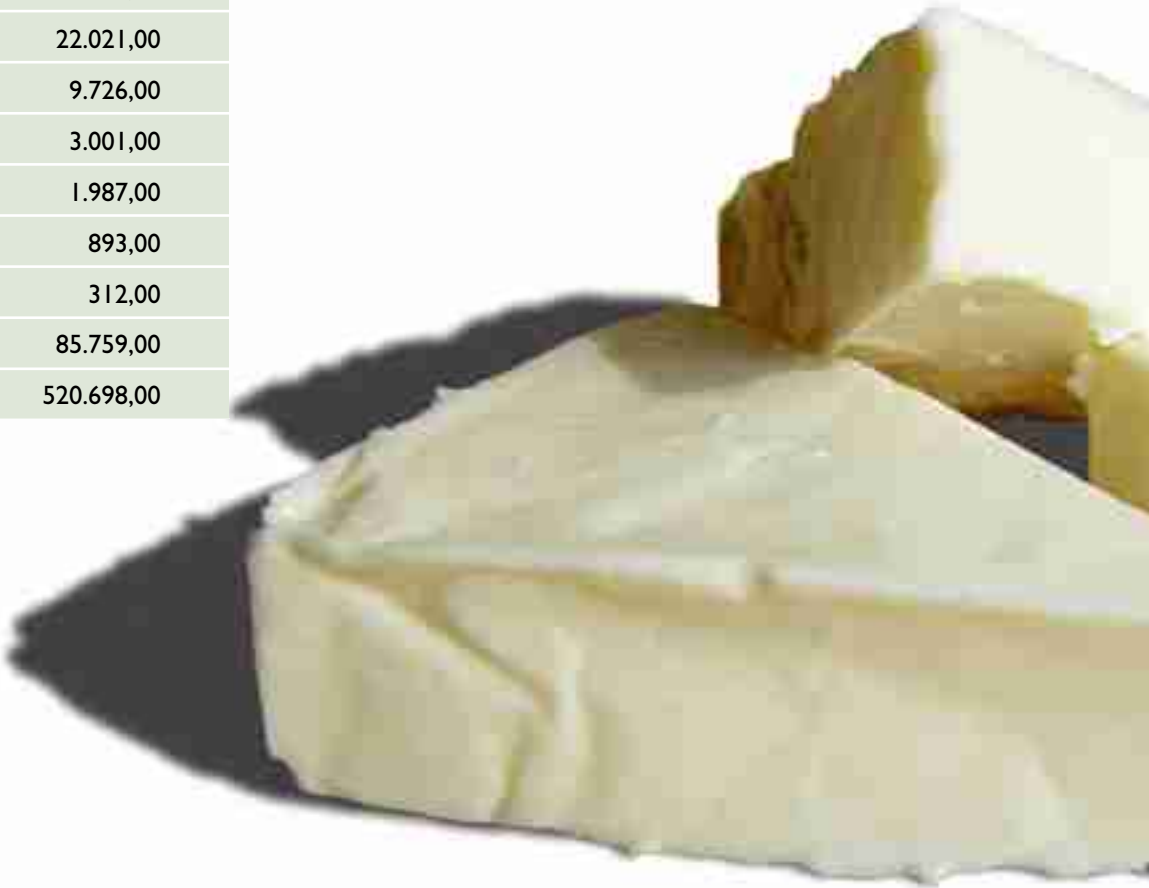
PROCEDENCIA Y DESTINO	IMPORTACIONES (TONELADAS) 2004	2005	EXPORTACIONES (TONELADAS) 2004	2005
UNIÓN EUROPEA	413.679	413.312	5.390	28.99
TERCEROS PAÍSES	43.806	107.386	52.294	26.44
TOTAL	457.485	520.698	57.684	55.4

Fuente: MAPA

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE AZÚCAR (Tm)

PAÍS	2004	2005
FRANCIA	247.811,00	257.938,00
PORTUGAL	51.681,00	69.376,00
ALEMANIA	66.732,00	43.739,00
REINO UNIDO	24.752,00	25.946,00
BRASIL	3.248,00	22.021,00
BÉLGICA	12.989,00	9.726,00
DINAMARCA	4.537,00	3.001,00
HOLANDA	2.297,00	1.987,00
ITALIA	1.363,00	893,00
AUSTRALIA	520,00	312,00
RESTO	41.555,00	85.759,00
TOTAL	457.485,00	520.698,00

Fuente: MAPA



11. ALIMENTACIÓN ANIMAL

Dentro de la UE, la producción industrial española, con 21 millones de Tm. enA 2005, se sitúa en segundo lugar, detrás de Francia, que en ese mismo año produjo unos 21,9 millones de toneladas y seguida de Alemania (19,4 millones de toneladas) e Italia con unos 14,1 millones de toneladas producidas.

De la producción española de 2005, 8.870 Tm. correspondían a piensos compuestos para porcino, 6.197 Tm. a bovino, 4.300 a avicultura y el resto (1.727 Tm.), a otros.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE PIENSOS COMPUESTOS 2005 (MILES DE TM.)

CATEGORIAS DE PIENSOS COMPUESTOS	2005
BOVINOS	6.197
CEBO	0
LECHE	0
TERNEROS (NO COMPRENDIDOS LACTORREEMPLAZANTES)	0
OTROS	0
PORCINO	8.870
LECHONAS	0
CEBO	0
REPRODUCTORES	0
OTROS	0
AVES	4.300
POLLOS	0
POLLITICAS Y PONEDORAS	0
OTRAS	0
PIENSOS LACTORREEMPLAZANTES	0
ANIMALES DE COMPAÑÍA	0
OTROS	1.727
TOTAL	21.094

Fuente: CESFAC

En cuanto a la evolución del sector, en 2004 y 2005 se registraron aumentos. Sin embargo, en el 2006 se observa un notable descenso, del 5,84%.

Los productos destinados a porcinos, ovinos (además de caprino, equino y otros) y aves son los que marcan la evolución del sector, disminuyendo 0,26%, 10,93% y 9,01%, respectivamente.

PRODUCCIÓN DE ALIMENTACIÓN ANIMAL EN ESPAÑA (Tm.)

PRODUCTO	2002	2003	2004	2005	2006
PREMEZCLAS DEL TIPO DE LAS UTILIZADAS	331.193	345.500	453.408	492.575	456.000
PARA LA ALIMENTACIÓN DE ANIMALES					
ALIMENTOS PARA ANIMALES DE GRANJA					
(EXCEPTO PREMEZCLAS)					
PORCINO	8.137.137	8.235.000	8.535.416	8.712.948	8.690.000
VACUNO	5.246.130	5.050.000			
OVINO, CAPRINO, EQUINO Y OTROS	809.658	845.000	7.107.232	7.811.012	6.957.000
CONEJOS	790.000	760.000			
AVES	4.559.170	4.425.000	4.578.311	4.351.152	3.959.000
PECES, ANIMALES MARINOS	105.717	110.000	119.601	159.205	169.000
SUBTOTAL PARA ANIMALES DE GRANJA	19.647.812	19.425.000	20.340.560	21.034.317	19.775.000
ALIMENTOS PREPARADOS PARA ANIMALES					
DOMÉSTICOS EN TM					
PARA PERROS	324.653	325.246	342.536	410.365	410.000
PARA GATOS	85.174	80.512	97.783	106.181	106.000
PARA OTROS	18.452	15.658	22.995	29.055	29.000
SUBTOTAL PARA ANIMALES DE COMPAÑÍA	428.279	421.416	463.314	545.601	545.000
RESTO					
TOTAL	20.076.091	19.846.416	20.803.874	21.579.918	20.320.000

*Estimaciones CESFAC

Fuente: CESFAC

Según el INE, considerando el año 2007, el número de empresas perteneciente a este sector es de 900, de las que el 67,8% tienen menos de 20 empleados, y 165 superan esa plantilla. Entre 1999 y 2007, el número total de empresas ha disminuido en un 0,11%. El segmento de menos de 20 empleados ha disminuido un 7,9%, y el de más de 20, ha subido un 27,9%.Entre las empresas de menor dimensión se encuentran las explotaciones que elaboran su propio pienso.

PET FOODS

La producción total de alimentos preparados para animales domésticos en 2006 asciende a 545.000 toneladas, lo que supone una reducción del 0,11% con respecto al año anterior (545.601 Tm.). Esta disminución, junto con las del 2002 (4,7%) y 2003 (1,6%), rompe con una tendencia alcista que se venía produciendo desde hace más de diez años, en los cuales el sector había crecido ininterrumpidamente.

La partida más importante es la correspondiente a la comida preparada para perros, que abarca el 76,23% del volumen del sector, correspondiendo el 17,73% y el 6,04%, a gatos y a otros animales de compañía respectivamente.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE ALIMENTOS PREPARADOS PARA ANIMALES DOMÉSTICOS (Tm.)

EVOLUCION SECTOR PETFOODS (TM.)	2002	2003	2004	2005	2006
Para perros	324.653	325.246	342.536	410.365	410.000
Para gatos	85.174	80.512	97.783	106.181	106.000
Para otros	18.452	15.658	22.995	29.055	29.000
TOTAL	428.279	421.416	463.314	545.601	545.000

Fuente: CESFAC

12. AGUAS Y BEBIDAS ANALCOHÓLICAS

AGUAS ENVASADAS

La industria de aguas envasadas está compuesta por alrededor de un centenar de empresas distribuidas por las 17 Comunidades Autónomas de nuestro país y en Andorra. El sector da empleo directo a 4.500 personas y contribuye a la creación de decenas de miles de empleo indirecto.

La industria del agua envasada es una de las más limpias del sector agroalimentario, sus emisiones a la atmósfera son mínimas y se han reducido en más de un 30% el volumen de los envases. Además, colabora de forma activa en la

gestión de los residuos. De hecho, la Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Envasada (ANEABE) impulsó hace más de 10 años la creación de Ecoembalajes, de la que es socio fundador.

El sector se muestra como uno de los más dinámicos y su tendencia es la de crecer de manera constante. La Asociación Nacional de Empresas de Aguas y Bebida Envasada (ANEABE) cifra el crecimiento anual del sector en un 5,03%, dato, éste último, correspondiente al ejercicio 2006.

La producción española de aguas envasadas en el 2006 ha sido de 5.765 millones de litros, un dato que le hace situarse con un crecimiento mayor al que presentan el resto de los sectores de bebidas, siendo el líder del sector de las bebidas analcohólicas.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE AGUAS ENVASADAS 2006 (litros)

NOMBRE DE SUBSECTOR O PRODUCTO	2003	2004	2004	2004
SIN GAS				
MINERAL NATURAL	4.509.553.753,00	4.632.703.155,00	4.991.654.767,00	5.263.969.256,00
DE MANANTIAL	231.870.692,00	223.453.370,00	164.166.541,00	156.078.610,00
POTABLES PREPARADAS	128.750.021,00	125.582.928,00	119.659.182,00	126.985.964,00
SUB TOTAL	4.870.174.466,00	4.981.739.453,00	5.275.480.490,00	5.547.033.830,00
CON GAS				
MINERAL NATURAL	172.049.612,00	164.687.307,00	211.069.839,00	215.390.311,00
DE MANATIAL	56.571.335,00	55.763.500,00	2.792.036,00	3.278.653,00
POTABLES PREPARADAS				-
SUB TOTAL	228.620.947,00	220.450.807,00	213.861.875,00	218.668.964,00
TOTAL	5.098.795.413,00	5.202.190.260,00	5.489.342.365,00	5.765.702.794,00

Fuente: ANEABE

Por tipos de aguas envasadas, el 95,03% de la producción española corresponde a las aguas minerales naturales, el 2,27% a las de manantial y el 2,20% a las potables preparadas. Por otra parte, al contrario de lo que ocurre en otros países europeos, las aguas sin gas representan el 96,1% de la producción, mientras que las aguas con gas sólo acaparan, por el momento, el 3,9% restante, según datos del 2005.

En lo que respecta al consumo, los consumidores están prestando cada vez más atención a la calidad de su alimentación para cuidar y mantener su salud, y este es uno de los motivos por los que el consumo de una bebida de origen natural y con interesantes beneficios saludables como el agua envasada esté experimentando este crecimiento, de tal forma que cada español bebe ya 129 litros de agua envasada al año.

España se posiciona como cuarto país europeo en el consumo de agua envasada, según datos de la Federación Europea de Aguas Envasadas (EFBW). Según la EFBW, el consumo de agua envasada en nuestro país si situó en 2006 en 6.042 millones de litros, experimentando un crecimiento respecto al 2005 de 320 millones de litros.

En cuanto al reparto del volumen de ventas de agua envasada en función del canal de distribución, el 62% corresponde a supermercados, el 14% a hipermercados, el 7% a tiendas tradicionales y el 17% a HORECA. Todo ello, según datos de ACNielsen de 2005-2006.

BEBIDAS REFRESCANTES

La producción total de bebidas refrescantes de sabores tradicionales en 2006 asciende a 4.970 millones de litros, incluyendo en esta cifra las bebidas para deportistas, bebidas energéticas y otras categorías minoritarias. Esto supone un incremento de un 1,7% con respecto al año 2005.

La tendencia a la diversificación preside la evolución positiva del sector, en el que aumenta significativamente la presencia de bebidas refrescantes sin gas, sin azúcares, con nuevos sabores e ingredientes.

En 2005 las bebidas refrescantes de cola representaron el 53,9% de la producción. Las bebidas de naranja alcanzaron el 13,84% del total, las de limón más del 7,75% y las gaseosas el 5,58%.

II. LA INDUSTRIA ALIMENTARIA ESPAÑOLA: principales características y elementos más significativos.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE BEBIDAS REFRESCANTES 2005

TIPO	TOTAL (%)	TIPO	TOTAL (%)
COLA	53,89%	BITTER	0,39%
NARANJA	13,84%	MANZANA	0,39%
LIMÓN	7,75%	BEBIDAS ENERGÉTICAS	0,31%
OTRAS (melón, banana,…)	6,10%	SELTZ	0,11%
GASEOSA	5,58%	SODA	0,11%
BEBIDAS PARA DEPORTISTAS	3,17%	TROPICAL	0,11%
LIMA-LIMÓN	2,78%	FRESA	0,10%
TÉ	2,24%	FRUTAS DEL BOSQUE	0,07%
TÓNICA	2,02%	MEZCLAS DE SABORES	0,07%
PIÑA	0,56%	GINGER ALE	0,01%
MELOCOTÓN	0,40%	HORCHATAS	0,00%

Fuente: ANFABRA

En 2005, el 84,88% de las bebidas refrescantes fabricadas en España contenía anhídrido carbónico, mientras que el 15,12% restante correspondió a bebidas que no tienen gas. Además, el porcentaje de las bebidas refrescantes que contienen otros edulcorantes distintos de los azúcares ascendió al 24,49% del total. En los últimos años asistimos a un constante incremento de las bebidas refrescantes light, mejorando tanto el volumen total de productos sin azúcar como el número de nuevas bebidas con esa característica.

Entre los diferentes materiales de envase que emplea la industria española de bebidas refrescantes, en 2005 destacó el plástico PET, con más del 50% del volumen total fabricado ese año. Le sigue el metal, ya que el 30,47% de la producción de bebidas refrescantes se comercializó en envases de metal, incluyendo tanto la hojalata como el aluminio. Por su parte, el vidrio alcanzó casi el 15% del volumen total de producto envasado en 2005.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE BEBIDAS REFRESCANTES POR TIPO DE ENVASES, 2005

MATERIAL	TOTAL (%)
PET	50,02%
METAL	30,47%
VIDRIO	
RELLENABLE	11,48%
NO RELLENABLE	3,02%
ENVASES DISPENSADORES	
ACERO RELLENABLE	0,43%
BIB NO RELLENABLE	3,41%
ENVASE CARTÓN PARA BEBIDAS	0,62%
OTROS ENVASES	0,55%

Fuente: ANFABRA

Del 14,50% de las bebidas refrescantes envasadas en botellas de vidrio el 79,19 fueron rellenables y casi el 20,81% en botellas de vidrio no rellenable.

El volumen total de bebidas refrescantes producido en 2005 se envasó en más de 10 tamaños de envase diferentes, lo que significa que un año más la industria española de bebidas refrescantes se ha esforzado en mantener la enorme diversificación que ya es habitual en este campo. Con ello pretende satisfacer las distintas necesidades de los consumidores, facilitándoles tanto el acto de la compra como el del consumo propiamente dicho de la bebida.

Los dos tamaños en los que se envasó el 63% del volumen total de bebidas refrescantes fueron las botellas de 2 litros y las latas de 33 cl, con un 31,71% y un 31,53% respectivamente. También destacan las botellas de 1,50 cl, ya que un 9,08% de las bebidas refrescantes se envasó en ese tamaño en 2005.

PRODUCCIÓN ESPAÑOLA DE BEBIDAS REFRESCANTES, POR FORMATOS, 2005

TAMAÑO	TOTAL %
0,15 cl	0,04%
0,20 cl	0,25%
0,25 cl	0,43%
0,33 cl	31,53%
0,5 cl	5,07%
0,75 cl	0,02%
1,00 cl	4,73%
1,25 cl	0,13%
1,50 cl	9,08%
2,00 cl	31,71%
más de 3,00 cl	4,21%

Fuente: ANFABRA

En relación con el comercio exterior, el 99,34% de las bebidas refrescantes que se fabricaron en España en 2005 se comercializó en nuestro país y sólo el 0,66 % se destinó a la exportación.

Y finalmente, en lo referente a la distribución, casi todo el volumen de bebidas refrescantes fabricado y comercializado en España en 2005 se destinó a los canales de alimentación y hostelería, mientras que sólo un 0,06% se dirigió a otros canales. En concreto, el 68,13% del volumen de producto que la industria española de bebidas refrescantes puso en el mercado nacional se comercializó a través del canal de alimentación, en sus diversos formatos y tamaños, mientras que un 31,8% del total se dirigió al canal de hostelería, restauración y cafeterías.

ZUMOS

El sector de zumos español ha producido en el año 2005, 659.527.360 litros, con un crecimiento respecto a 2004 de un 9%. En términos de valor, la producción en 2005 se cifra en 601.012.608 euros, un 8% más que en el año precedente.

En cuanto a la estructura empresarial, destaca la presencia de grandes multinacionales y una concentración progresiva, aunque en este aspecto se aprecia un cierto estancamiento en la tendencia a la concentración. Según datos registrados en 2006, del total de las empresas existentes entre embotelladoras y transformadoras sólo 10 de ellas controlan el 85,5 % del mercado nacional.

Por lo que respecta al consumo de zumos y néctares, entre los años 2004 y 2006, este se situó en una cifra cercana a los 812 millones de litros. Estas cifras indican un incremento del 6,18% en volumen, mostrando una evolución positiva en el sector. En cuanto al consumo por canales, los establecimientos de restauración y hostelería predominan con el 49,9%, del total consumido, seguido de los hogares con el 47,9% y las instituciones con 2,16%.

CONSUMO DE ZUMOS Y NÉCTARES EN ESPAÑA (millones de Euros)

TIPO DE CONSUMIDOR	2004	2005	2006
HOGARES	374,9	372,13	389,53
ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN Y HOSTELERÍA	373,4	400,9	405,74
CONSUMOS INSTITUCIONALES	17,3	16,76	17,56
TOTAL	765,5	789,8	812,8

Fuente: MAPA

Por tipo de producto en 2006, los néctares muestran una disminución del 0,03% con respecto al año 2005, aunque los zumos siguen ostentando la supremacía del mercado, con una cuota del 63,4%. También registraron una baja los de ambiente y los refrigerados, con porcentajes del 4,75% y 1,04% respectivamente.

VENTAS DE ZUMOS Y NÉCTARES EN ESPAÑA (millones de Euros)

SABOR	2001	2002	2003	2004	2005	2006
NARANJA	143,9	140,7	150,9	148,2	141	134,3
TOMATE	9,8	9,6	10,2	9,8	9,6	9,5
MANZANA	33,4	32,1	31,0	31,7	30	29,0
MELOCOTÓN	150,8	143,4	142,7	144,1	137	130,4
PIÑA	143,7	141,8	148,6	146,7	143	136,3
TROPICAL	6,6	6,6	5,5	6,2	6,5	6,6
ENRIQUECIDOS	12,0	15,1	14,4	15,8	15,5	15,8
OTROS	25,3	23,6	25,6	24,5	23,8	24,3
TOTAL ZUMOS	525,5	512,9	528,9	527,0	506,4	486,2
NARANJA	15,3	15,8	19,6	22,3	26,2	30,2
TOMATE	0,1	0,2	0,2	-	-	-
MANZANA	0,1	0,1	0,1	-	-	-
MELOCOTÓN	0,1	0,1	0,1	-	-	-
PIÑA	0,8	0,7	0,5	-	-	-
POMELO	0,2	0,1	0,1	-	-	-
OTROS	0,3	0,4	0,7	1,8	2.0	2,2
TOTAL ZUMOS REFRIGERADOS	16,9	17,4	21,3	24,1	28.2	32,4
NARANJA	1,8	1,8	0,7	0,4	-	-
TOTAL ZUMOS CONGELADOS	1,8	1,8	0,7	0,4	-	-
MELOCOTÓN	69,1	70,1	73,6	72,0	69.6	66,5
NARANJA	23,3	24,2	25,2	24,0	23.3	21,5
PIÑA	47,8	48,0	50,6	48,7	47.2	44,4
PERA	3,4	3,6	3,7	-	-	-
ALBARICOQUE	1,2	1,4	1,7	-	-	-
TROPICAL	5,6	7,7	9,2	9,8	9.5	9,3
OTROS	19,9	22,0	23,7	29,2	28.0	28,5
TOTAL NÉCTARES	170,4	177,0	187,7	183,7	177.6	170,2
NÉCTARES SIN AZÚCAR AÑADIDO	81,9	105,1	125,1	136,7	145.2	152,5
MOSTO/ZUMO DE UVA	54,6	52,9	49,4	45,8	43.1	40,7
TOTAL MERCADO	851,2	867,1	913,1	917,7	900,5	882,0

Fuente: ASOZUMOS

En cuanto a sabores, como es tradicional, destacan la el melocotón y la naranja, ambas con una participación superior al 40%, seguidas de piña y uva.

En 2006 un 48,3% de los zumos y néctares estaban etiquetados con enseñas de distribuidor.

En el comercio exterior, en 2006 se registró un incremento de las exportaciones en relación con el año precedente, con crecimientos del 16,68% en volumen y del 14,05% en valor. Las cifras ascienden a 652.748 Tm. y 413 millones de euros. En referencia a los productos, la naranja sigue siendo el sabor más exportado, copando casi un 37% del total en volumen, seguida de la uva, con una cuota del 19,08% y las mezclas, con un 12,77%. Destaca el importante aumento del tomate, el cual durante el periodo 2005-5006, ha registrado un incremento del 397%, en volumen y un 111,85% en valor.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE ZUMOS (Miles de Tm.)

	2002	2003	2004	2005	2006
NARANJA	240,44	427,51	261,59	243,18	238,73
UVA	120,17	125,79	137,29	122,01	124,55
MEZCLAS	65,72	68,60	56,35	58,08	83,33
MANZANA	24,53	30,42	20,80	37,83	46,51
MEZCLAS DE CITRICOS	41,63	42,56	50,00	37,84	39,55
TORONJA	7,55	7,54	10,02	11,90	11,91
TOMATE	2,76	2,79	2,01	1,70	8,48
PIÑA	6,82	10,55	8,35	7,25	7,45
OTRAS FRUTAS /HORTALIZAS	23,71	37,96	36,79	39,65	92,24
TOTAL	533,33	753,72	583,20	559,44	652,75

Fuente: ASOZUMOS

Si observamos las importaciones en 2006, se han registrado crecimientos del 16,5% en valor (llegando a los 181 millones de Euros), aunque sólo un 0,31% en volumen, suponiendo 200.667 Tm. En este caso, también el producto principal es el zumo de naranja, con un 44,12%, seguido del de piña con un 18% y de la manzana con 11,71%. Destaca la notable caída de los jugos agrios con un 40,09% en volumen y un 32,93% en valor.

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE ZUMOS

	VOLUMEN (Toneladas)		Valor (Miles de Euros)	
	2005	2006	2005	2006
NARANJA	93.035,42	88.529,51	62.832,46	77.983,08
UVA	31.061,83	36.159,11	29.730,21	30.378,03
MEZCLAS	22.349,69	23.488,88	15.428,34	20.381,46
MANZANA	23.193,71	23.349,54	17.606,88	21.791,84
MEZCLAS DE CITRICOS	13.913,04	15.248,44	18.782,99	20.983,67
TORONJA	9.411,26	7.311,98	8.712,85	7.612,86
TOMATE	969,12	3.011,73	897,81	2.223,96
PIÑA	4.340,30	2.209,49	3.222,40	2.161,32
OTRAS FRUTAS /HORTALIZAS	1.776,59	1.359,27	709,14	493,79
TOTAL	200.050,96	200.667,97	157.923,08	184.010,01

Fuente: ASOZUMOS

C) LA INDUSTRIA ESPAÑOLA EN EL CONTEXTO DE LA UE

El alimentario es el principal sector industrial en la UE, con una facturación estimada en el año 2006, de 870 billones de euros (un 14% de la producción total industrial), que crea alrededor de 4,3 millones de puestos de trabajo (un 13% del empleo industrial en Europa). Es un sector que está compuesto por entidades de diversos tamaños, que van desde PYMES (empresas que poseen menos de 250 empleados) hasta grandes compañías multinacionales.

Es importante señalar que las Pymes conforman el 99,1% del sector, y que estas generan un 48,1% de la facturación del sector y emplean a un 61,1% de la industria. Por su parte las grandes compañías conforman un 0,9 % de la industria alimentaria en la Unión Europea y proveen el 51.6 % de la facturación, con un 38,4% de empleo.

Dentro del contexto europeo, si se atiende a la producción, la industria española se encuentra dentro de los cinco primeros productores, junto a Francia, Alemania, Italia y Reino Unido, que en conjunto representan un 72% del total de las ventas netas (EU-15) de la industria de alimentación y bebidas. Por su parte España representa un 9,7%, del total de ventas netas del sector, con 77,4 billones de euros, mostrando un crecimiento del 0,6% entre los años 2005/2006.

En cuanto a generación de puestos de trabajo, España se encuentra en segundo lugar después de Alemania, con alrededor de 486.000 empleos, lo que supone 11,3% del total europeo. El sector ha mostrado un crecimiento global en 2006/2005 del 2,5%, lo que se debe principalmente a los sectores de cárnicos (un 22%), de bebidas (15%) y de productos lácteos (14%).

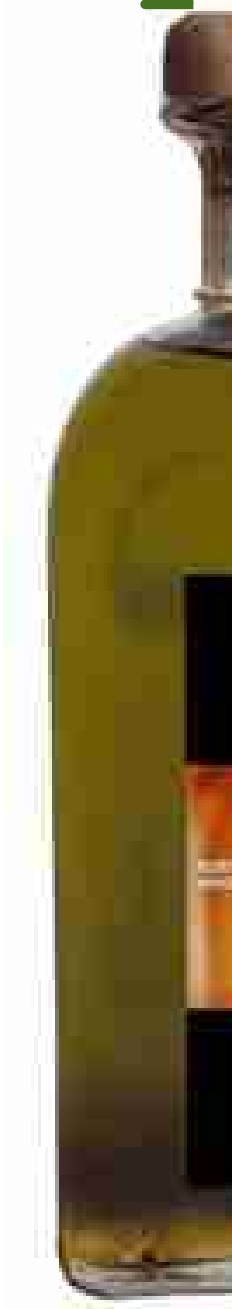
En relación con las exportaciones europeas de productos agroalimentarios, se observa que la industria española ocupa la sexta posición del ranking con una cifra de 10,199 billones de euros (un 6,4% del total exportado a terceros países) junto a Países Bajos, Alemania, Francia, Bélgica e Italia. Los principales destinos de las exportaciones europeas son EE.UU., Rusia, Japón, Suiza y Canadá, ya que estos países representan un 48,44% del total de las exportaciones europeas.

En cuanto a los Nuevos Estados Miembros en el comercio exterior de la Industria de Alimentación y Bebidas de la UE-25 en el año 2006: Polonia, República Checa y Hungría forman parte de los principales países exportadores, tal y como se observa en la siguiente tabla:

EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE LA UE-25 EN 2006

PAÍS	EXPORTACIONES MILLONES DE EUROS	%	IMPORTACIONES MILLONES DE EUROS	%
PAÍSES BAJOS	27,502	17.3	13,347	8.6
ALEMANIA	26,497	16.7	28,395	18.3
FRANCIA	21,787	13.7	18,664	12.0
BÉLGICA	16,208	10.2	11,805	7.6
ITALIA	11,679	7.4	15,24	9.8
ESPAÑA	10,199	6.4	8,501	5.5
REINO UNIDO	8,887	5.6	20,841	13.4
DINAMARCA	8,383	5.3	4,364	2.8
IRLANDA	5,944	3.7	3,591	2.3
POLONIA	5,257	3.3	3,243	2.1
AUSTRIA	4,228	2.7	4,3	2.8
OTROS MIEMBROS	3,764	2.4	7,462	4.7
SUECIA	2,03	1.3	4,26	2.7
REP. CHECA	1,766	1.1	2,599	1.7
HUNGRÍA	1,649	1.0	1,824	1.2
PORTUGAL	1,521	1.0	3,657	2.4
GRECIA	1,4	0.9	3,43	2.2

Fuente: data & trends 2007. ciaa. (eurostat)



EXPORTACIONES POR DESTINOS 2006

PAÍS	Millones ¤	´06/05
USA	11.600,00	11,8
RUSIA	4.942,00	24
JAPÓN	3.456,00	0,2
SUIZA	3.338,00	10
CANADÁ	1.841,00	15,1
NORUEGA	1.632,00	12,3
AUSTRALIA	1.181,00	16,2
ARABIA SAUDITA	1.100,00	5,4
KOREA DEL SUR	1.077,00	12,7
CHINA	969,00	28,1

Fuente: data & trends 2007. ciaa. (eurostat)

IMPORTACIONES POR ORIGEN 2006

PAÍS	Millones ¤	´06/05
BRASIL	5,243	3
ARGENTINA	4,353	17
USA	3,189	10
CHINA	2,725	25
SUIZA	1,991	22
TURKIA	1,715	-1
TAILANDIA	1,617	22
NUEVA ZELANDA	1,600	2
NORUEGA	1,475	9
INDONESIA	1,454	5

Fuente: data & trends 2007. ciaa. (eurostat)

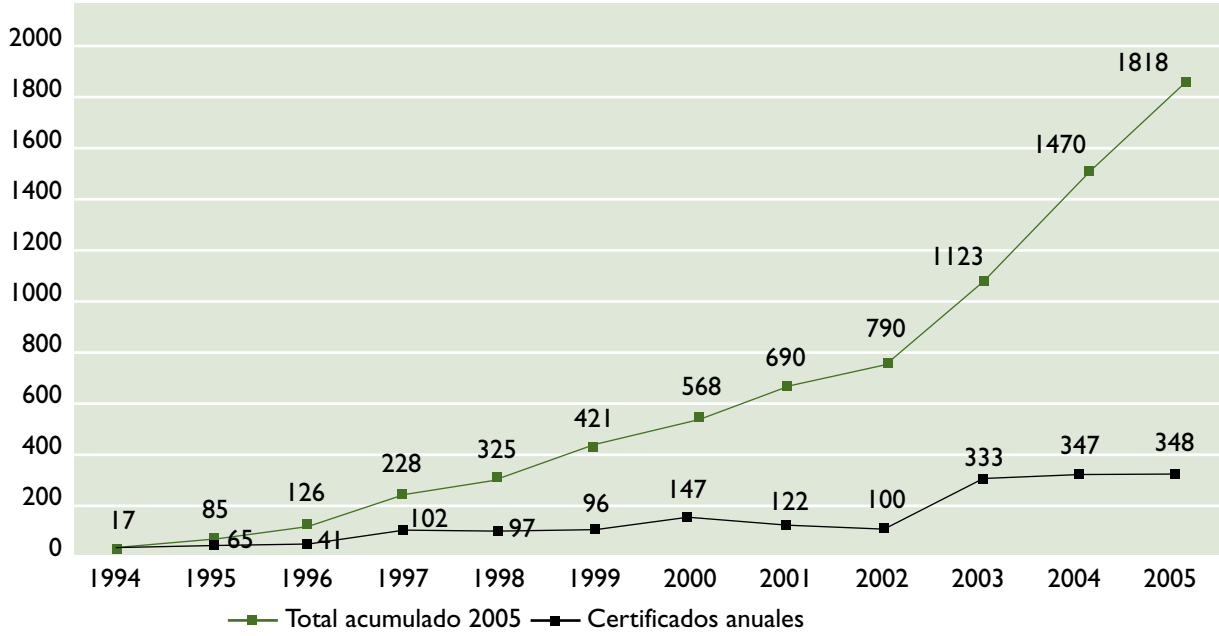
D) ÁREAS PRIORITARIAS PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA ESPAÑOLA

1. SEGURIDAD, TRAZABILIDAD, CALIDAD, NORMAS ISO

Para las industrias alimentarias españolas, la seguridad es un factor de vital importancia y por ello, desde los años 90 han implantado sistemas de autocontrol basados en el análisis de peligros y puntos críticos de control (APPCC ó en inglés HACCP). En este contexto, la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas y el Ministerio de Sanidad y Consumo impulsaron desde 1990 la elaboración y aplicación de más de 20 modelos sectoriales de aplicación del sistema de APPCC en las empresas. Actualmente la industria alimentaria española conoce los beneficios de los autocontroles de seguridad por la aplicación sistemática que de ellos hace.

La trazabilidad de los alimentos e ingredientes a lo largo de la cadena alimentaria es una herramienta de apoyo para garantizar la seguridad alimentaria. El Reglamento (CE) nº 178/2002, que establece los principios y requisitos de la legislación alimentaria en el ámbito de la Unión Europea, dispone la obligatoriedad (desde el 1 de enero de 2005) para todos los eslabones de la cadena de implantar sistemas de trazabilidad. De esta forma, por medio de esta herramienta se puede seguir el rastro de un alimento a lo largo de toda la cadena alimentaria (es decir, en todas las etapas de producción, transformación y distribución). Para las empresas españolas el requisito no es nuevo, puesto que el lote de los productos ya implica trazabilidad y las empresas se han adaptado rápidamente al nuevo reglamento y han trabajado con la AESAN (Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición) en la elaboración de una guía básica para todos los eslabones, especialmente aquellos para los que la obligación es nueva.

EVOLUCIÓN DE LA CERTIFICACIÓN ISO 9000 EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA. Diciembre 2005



Con la finalidad de garantizar un elevado nivel de protección de los consumidores en relación con la seguridad alimentaria se adoptaron un conjunto de reglamentos que componen el llamado Paquete de higiene y que armonizan las normas en materia de higiene de los productos alimenticios en el ámbito de la Unión Europea. Estos reglamentos son los siguientes: Reglamento 852/2004 (higiene de los productos alimenticios), 853/2004 (higiene de los productos de origen animal), 854/2004 (controles oficiales de los productos de origen animal destinados al consumo humano) y finalmente, el 882/2004 destinado a las autoridades encargadas del control. Las empresas alimentarias españolas han seguido la elaboración de los reglamentos y se han ido adaptando a ellos des los primeros momentos.

Las industrias alimentarias españolas han invertido considerables esfuerzos en la implantación y certificación de sistemas de gestión de la calidad y de sistemas de gestión ambiental. A modo de ejemplo; la implantación de sistemas de gestión de la calidad según Normas ISO 9000 es una práctica cada vez más habitual en nuestras empresas. Por otro lado, la implantación de sistemas de gestión ambiental y su certificación según la Norma ISO 14001 es una práctica creciente de gestión empresarial.

PORCENTAJE DE EMPRESAS CERTIFICADAS RESPECTO DEL TOTAL DE INSTALACIONES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS. Diceiembre 2005

	%		%
ANDALUCIA	5,19	COMUNIDAD VALENCIANA	7,46
ARAGÓN	6,86	EXTREMADURA	3,41
ASTURIAS (Principado de)	2,78	GALICIA	4,14
BALEARES	3,41	MADRID (Comunidad de)	5,17
CANARIAS	2,25	MURCIA (Región de)	8,83
CANTABRIA	2,72	NAVARRA (Navarra Comunidad Foral de)	11,04
C. MANCHA	3,06	PAÍS VASCO	6,24
C. LEÓN	5,23	LA RIOJA	5,93
CATALUÑA	4,65		

Fuente: MAPA

Los últimos datos disponibles facilitados por la Dirección General de Industria Agroalimentaria y Alimentación del M.A.P.A., confirmar esta progresiva implantación. Así, respecto a la Norma ISO 9000 desde que en 1993 se certificaron las 4 primeras empresas del sector hasta el año 2005 (últimos datos disponibles) el número de empresas certificadas asciende a 1.818; lo que pone de manifiesto el continúo incremento del número de empresas certificadas. En cuanto a la Norma ISO 14001 también se constata este incremento: en 1997 había 3 industrias alimentarias certificadas y en 2005 esta cifra alcanzó las 298 industrias.

Hemos de mencionar también la cada vez mayor implantación de la Norma ISO 22000:2005 en la que se recogen los elementos clave que cubren por completo los requisitos de seguridad alimentaria. No obstante, hemos de precisar que esta Norma no sustituye los requisitos que legal y reglamentariamente se hayan establecido.

Otro elemento importante es el seguimiento de las disposiciones del Codex Alimentarius en el ámbito del análisis de riesgos (en sus tres ámbitos: evaluación científica, gestión del riesgo y comunicación del mismo) por parte de las empresas alimentarias españolas.

2. DENOMINACIONES DE CALIDAD, D.O.P., I.G.P., E.T.G.

Desde hace unos años, una de las actuaciones estratégicas de la industria alimentaria española se orienta hacia productos de alta calidad, diferenciados, controlados, con trazabilidad, con valor agregado. De ahí que, amparadas en la legislación UE y del propio M.A.P.A., las industrias alimentarias españolas se hayan decantado claramente por desarrollar productos amparados por diferentes Denominaciones de Calidad (Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas), que reconocen la calidad y personalidad de diversos productos por su origen, medio geográfico y agroclimático o sistemas de elaboración. Las características de los productos amparados por estas Denominaciones están garantizadas por los Consejos Reguladores correspondientes. Actualmente productos de los sectores de vinos, bebidas espirituosas, quesos, aceites de oliva virgen, jamones, arroz, legumbres secas, pimientos, espárragos, frutas, encurtidos vegetales, carnes frescas, embutidos curados, miel, turrón y salazones cárnicas están acogidos a diversas denominaciones y controles de calidad.

La Comunidad Europea creó en 1992 unos sistemas de valorización y protección de las denominaciones geográficas y de las especialidades tradicionales en el marco de la política de calidad relativa a los productos agrícolas y alimenticios: denominación de origen protegida (D.O.P.), Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.) y Especialidad Tradicional Garantizada (E.T.G.):

Estas figuras se rigen por el Reglamento (CE) 510/2006 del Consejo, de 20 de marzo de 2006, sobre protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios, que establece las definiciones de Denominación de Origen Protegida (DOP) y de Indicación Geográfica Protegida (IGP). El presente Reglamento adopta disposiciones sobre los productos agrícolas y los productos alimenticios diferentes del vino y de las bebidas espirituosas.

Los dos niveles de referencia geográfica son distintos: la DOP designa la denominación de un producto cuya producción, transformación y elaboración deben tener lugar en una zona geográfica determinada, con una especialización reconocida y comprobada. La IGP indica el vínculo con el territorio en, al menos, una de las fases de producción, transformación o elaboración. Por lo tanto, el vínculo con el territorio es más fuerte en el primer caso.

En 2005 el número de denominaciones de origen y específicas en España es ya de 138.

LAS DENOMINACIONES INCORPORADAS ENTRE EL 2002 Y EL 2006

No. DE DENOMINACIONES TOTAL	SUB-SECTOR.	NUEVAS DENOMINACIONES INCORPORADAS
24	QUESOS	D.O.P. AFUEGA´L PITU.
		D.O.P. ARZÚA-ULLOA.
		D.O.P. CEBREIRO.
		D.O.P. GAMONEDO.
		D.O.P. SAN SIMÓN DA COSTA.
24	ACEITES DE OLIVA VIRGEN	D.O.P. ACEITE CAMPO DE MONTIEL
		D.O.P. ACEITE DE LA ALCARRIA.
		D.O.P. ACEITE DE LA RIOJA.
		D.O.P. ANTEQUERA.
		D.O.P. CAMPIÑAS DE JAÉN.
		D.O.P. ESTEPA.
		D.O.P. JAÉN SIERRA SUR.
6	**JAMONES**	**I.G.P. JAMÓN DE TREVÉLEZ**
		D.O.P. LOS PEDROCHES
		E.T.G. JAMÓN SERRANO
3	**ARROZ**	
19	**HORTALIZAS**	**I.G.P. AJO MORADO DE LAS PEDROÑERAS.**
		I.G.P. GRELOS DE GALICIA.
		D.O.P. PIMIENTO ARNOIA.
		D.O.P. PIMIENTO DE HERBÓN.

		I.G.P. PIMIENTO DE O COUTO.
		D.O.P. PIMIENTO DE OÍMBRA.
7	LEGUMBRES	I.G.P. ALUBIA DE LA BAÑEZA-LEÓN.
		I.G.P. FABA DE LOURENZA.
		I.G.P. LENTEJA PARDINA DE TIERRA DE CAMPOS.
15	CARNES FRESCAS	CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO.
16	FRUTAS	I.G.P. MELÓN DE LA MANCHA.
		D.O.P. PERA DE JUMILLA.
9	PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA	I.G.P. ALFAJOR DE MEDINA SIDONIA.
		I.G.P. ENSAIMADA DE MALLORCA.
		I.G.P. MANTECADAS DE ASTORGA.
		I.G.P. MAZAPÁN DE TOLEDO.
		I.G.P. PAN DE CEA.
		I.G.P. SOBAO PASIEGO.
3	MIEL	I.G.P. MIEL DE GALICIA.
5	EMBUTIDOS Y OTROS PRODU. CÁRNICOS	
3	CONDIMENTOS Y ESPECIAS	D.O.P. PIMIENTO DE LA VERA.
2	MANTEQUILLAS	D.O.P. MANTEQUILLA DE SORIA.
3	PESCA Y MOLUSCOS	I.G.P. CABALLA DE ANDALUCÍA. I.G.P. MELVA DE ANDALUCÍA.
1	SIDRA	
68	VINO	D.O. ARLANZA
		D.O. MONTSANT
		D.O. RIBERA DEL JÚCAR (etc...)

Fuente: MAPA

La producción amparada den denominaciones y comercializada ha aumentado en la mayoría de los casos, tanto debido al mayor número de denominaciones en algunos grupos, como al aumento de la comercialización de determinadas denominaciones.

VALOR ECONÓMICO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ESPAÑOLES AMPARADOS POR D.O.P. E I.G.P., 2005

PRODUCTO	VALOR MERCADO NACIONAL (MILL. DE ¤)	VALOR MERCADO EXTERIOR (MILL. DE ¤)	TOTAL (MILL. DE ¤)
ACEITE DE OLIVA VIRGEN	93,18	13,35	106,54
ARROZ	13,09	0,22	13,32
CARNES FRESCAS	136,06	1,92	137,98
CONDIMENTOS Y ESPECIAS	6,4	0,21	6,61
EMBUTIDOS	12,72	0,13	12,86
FRUTAS	48,45	32,28	80,74
HORTALIZAS	95,95	1,02	96,97
JAMONES	90,86	26,99	117,86
LEGUMBRES	1,466	0,005	1,47
MANTEQUILLA	2,11	0,11	2,22
PESCADOS Y MOLUSCOS	20,6		20,6
MIEL	1,252	0,003	1,26
OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS	9,01	0,87	9,87
PANADERÍA, PASTELERÍA Y REPOSTERÍA	95,58	10,58	106,16
QUESOS	131,26	38,42	169,68
SIDRA	0,49	-	0,49
TOTAL	758,48	126,11	884,63

Fuente: MAPA

El producto que ha mantenido el mismo número de denominaciones entre el 2002/2005, y ha aumentado notablemente el volumen de comercialización es el arroz (55 % al alza) con un valor de 13,32 millones de euros.

Respecto de aquellos en los que se han incorporado nuevas denominaciones, se deben destacar: PESCADO Y MOLUSCOS, que pasa de 0,04 millones en el 2004 a 20,6 millones de euros en el 2005, esto es debido a la comercialización de las 2 nuevas denominaciones de este subsector.

Las HORTALIZAS, presentan un 94% de crecimiento (04/05), y en el año 2005 su comercialización llega a 96,97 millones de euros. Es importante apuntar que las nuevas denominaciones no aportan datos y su incremento se debe a los productos de Esparrago de Navarra, que generó 55,51 millones de euros (con un 85 % al alza entre los años 02/05), y del Pimiento del Piquillo de Lodosa, con una venta de 20,16 millones de euros (un 138 % de incremento entre los años 02/05).

Entre otros a resaltar se encuentran los ACEITES DE OLIVA VIRGEN, que con siete nuevas denominaciones aumentan en un 91%, los JAMONES con 2 nuevas denominaciones incrementándose un 138% y los QUESOS con 5 nuevas denominaciones, que aumentan un 55%. El valor económico total de la comercialización de productos con denominación alcanzó los 884,63 millones de Euros, de los que el 85,74% correspondieron al mercado nacional y el 14,26% al mercado exterior.

DISTRIBUCIÓN DEL VALOR ECONÓMICO POR TIPO DE PRODUCTO, 2005
PRODUCTOS AMPARADOS POR D.O.P. E I.G.P
VALOR ECONÓMICO TOTAL: 884,63 MILLONES DE EUROS

DENOMINACIONES	%		
QUESOS	20	HORTALIZAS	11
CÁRNICOS	18	FRUTAS	9
JAMONES	13	OTROS	3
PANADERÍA Y REPOSTERÍA	12	PESCADOS Y MOLUSCOS	2
ACEITE DE OLIVA VIRGEN	12		

Fuente: MAPA

Especial mención en el apartado de la calidad, merecen los productos por métodos de Agricultura Ecológica, que están experimentando durante los últimos años un notable desarrollo en nuestro país y cuya expansión se prevé que va a continuar.

La agricultura ecológica se encuentra regulada legalmente en España desde 1989, año en que se aprobó el Reglamento de la Denominación Genérica "Agricultura Ecológica", que ha venido aplicándose hasta la entrada en vigor del

Reglamento (CEE) 2092/91 del Consejo, sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios, siendo inicialmente el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica el encargado de controlar la producción ecológica en todo el territorio nacional.

Posteriormente, el Real Decreto 1852/1993 establece la nueva regulación de agricultura ecológica basada en el Reglamento (CEE) 2092/91 citado, al mismo tiempo que las Comunidades Autónomas empiezan a asumir las competencias de control de este sistema de producción.

Es de destacar asimismo la creación, por el Real Decreto 1852/93, de la Comisión Reguladora de Agricultura Ecológica, configurada como un órgano colegiado adscrito al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, para el asesoramiento en esta materia, constituye en realidad un foro de encuentro donde participan el sector, los consumidores y la Administración Central y de las Comunidades Autónomas, ejerciendo funciones de asesoramiento en todas aquellas materias que afectan a la agricultura ecológica.

El desarrollo normativo comunitario en cuanto a agricultura ecológica es continuo; en 1999 se aprobó el Reglamento (CE) 1804/99, que completa la norma de 1991 regulando la producción animal y en el año 2000 se creó un logotipo compuesto por los términos "Agricultura Ecológica - Sistema de Control CE" concebido para ser utilizado con carácter voluntario en el etiquetado de los productos ecológicos.

En España, el control y la certificación de la producción agraria ecológica se lleva a cabo mayoritariamente a través de Consejos o Comités de Agricultura Ecológica territoriales, que son organismos dependientes de las Consejerías o Departamentos de Agricultura de las Comunidades Autónomas, o directamente por Direcciones Generales adscritas a las mismas.

Como distintivo para que el consumidor pueda distinguir en el mercado los productos de la agricultura ecológica, todas las unidades envasadas, además de su propia marca, llevan una etiqueta (o contra etiqueta)

numerada y un logotipo o anagrama especifico, con el nombre y/o el código de la autoridad u organismo de control y la leyenda "Agricultura Ecológica".

Ello significa que la finca o industria donde se ha producido o elaborado el producto, está sometida a los controles e inspecciones correspondientes de la Autoridad o del Organismo establecido al efecto en la respectiva Comunidad Autónoma. Constituye, a su vez, la única garantía oficial de que el producto responde a la calidad supuesta por el consumidor y cumple las normas establecidas en el Reglamento (CEE) 2092/91

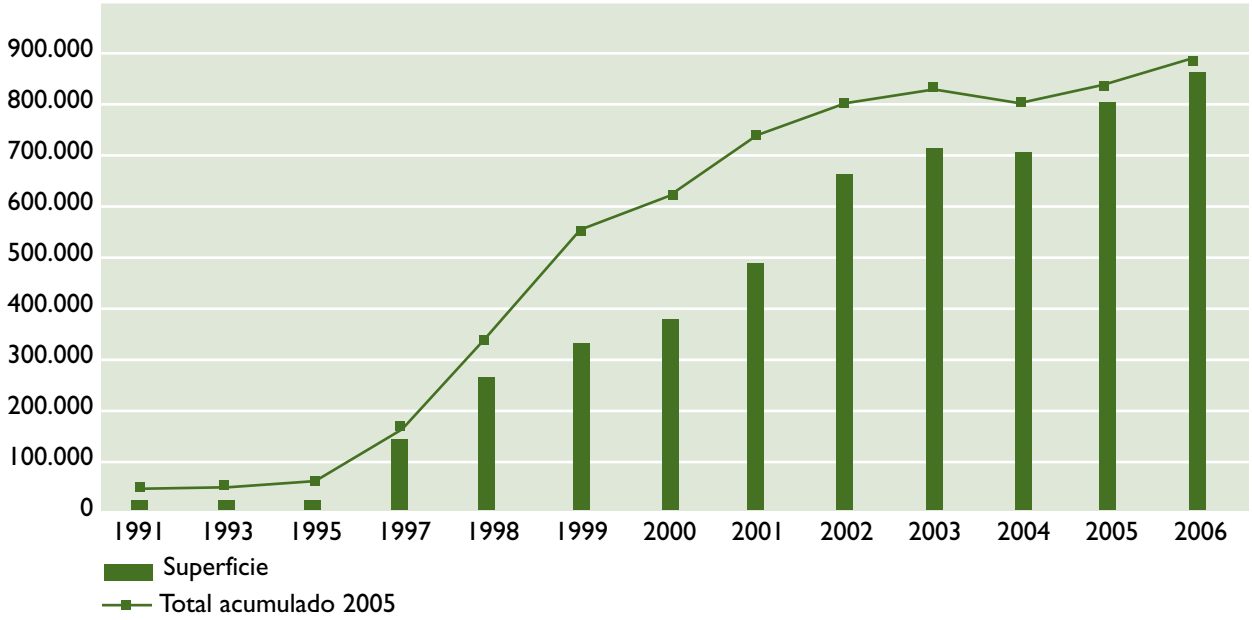
Desde 1995 existe una línea de ayudas específicas para el fomento de la agricultura ecológica que se enmarca en el contexto del programa de medidas agroambientales derivadas de la aplicación de los Reglamentos del Consejo R(CEE) 2078/1992 sobre métodos de producción agraria compatibles con las exigencias de la protección del medio ambiente y la conservación del espacio natural y R(CE) 1257/1999 sobre ayudas al desarrollo rural, que ha sustituido el anterior.

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA ECOLÓGICA (1991-2006)

AÑOS	SUPERFICIE (HAB)	OPERADORES	AÑOS	SUPERFICIE (HAB)	OPERADORES
1991	4235	396	1999	352164	12341
1992	7858	654	2000	380920	14060
1993	11674	867	2001	485079	16521
1994	17208	1066	2002	665055	17751
1995	24078	1233	2003	725254	18505
1996	103735	2404	2004	733182	17688
1997	152105	3811	2005	807569	17509
1998	269465	7782	2006	926390	19211

Fuente: MAPA

EVOLUCIÓN DE LA CERTIFICACIÓN ISO 9000 EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA. Diciembre 2005



Fuente: MAPA

Nuestro país reúne condiciones para el desarrollo de este tipo de agricultura por su favorable climatología y los sistemas extensivos de producción que se aplican en un gran número de cultivos. En lo que respecta a la producción animal, la conservación de un patrimonio genético importante de razas autóctonas, de gran rusticidad en su mayoría y adaptadas al medio, favorece su cría y explotación en régimen extensivo. Todo ello, sin olvidar la tradición y el desarrollo alcanzado por la apicultura, cuyo manejo cuidadoso ha dado lugar a la obtención de productos de gran calidad por la abundancia y variedad de la flora melífera existente en España.

3. MEDIOAMBIENTE

La Unión Europea, desde hace más de 10 años incorporo a sus objetivos el desarrollo sostenible, exigiendo la integración de las consideraciones medioambientales en el conjunto de las políticas y actividades comunitarias. En este sentido, el sexto programa de acción comunitaria en materia de medio ambiente, en vigor hasta 2010, propone desarrollar iniciativas y un amplio dialogo que fomente la concienciación medioambiental. Contemplando entre sus actuaciones difundir las mejores prácticas y fomentar el intercambio de experiencias relativas a la planificación sostenible.

La Industria alimentaria constituye un sector cada vez más comprometido con el medio ambiente ya que una adecuada política industrial implica la integración de criterios medioambientales y la asunción progresiva de los criterios de sostenibilidad.

El concepto de sostenibilidad se ha ido incorporando en las ultimas legislaciones, como en La Ley 16/02 de Prevención y Control Integrados de la Contaminación (IPPC) que nace con una vocación de prevención y protección del medio ambiente en su conjunto y con la finalidad de evitar, o cuando ello no sea posible, reducir y controlar la contaminación de la atmósfera del agua y del suelo.

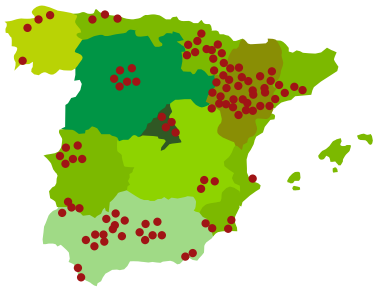
Con esta Ley se crea una nueva figura autonómica de intervención ambiental que sustituirá a las autorizaciones ambientales existentes hasta el momento, denominada Autorización Ambiental Integrada (AAI). Esta Autorización la tendrán que solicitar todas las instalaciones en las que se desarrolla alguna de las actividades industriales relacionadas en el anejo I de la Ley.

Otro aspecto novedoso de esta legislación es que la AAI incluirá los valores limite de emisión de las instalaciones basándose en las mejores técnicas disponibles. Las Mejores Técnicas Disponibles (MTDs) son técnicas eficaces desde el punto de vista ambiental por su menor consumo de recursos y/o impacto ambiental, y que son viables en el ámbito técnico y económico para cualquier industria afectada por la Ley IPPC.

El sector agroalimentario español ha ido más allá y decidió elaborar una Guías de MTDs en diversos subsectores (Cárnico, Lácteo, Cervecero, Matadero y Transformados de pollo y gallina, Productos del mar, Transformados vegetales, Azúcar y Platos Preparados), considerando los documentos de referencia a nivel europeo y las características propias del sector agroalimentario en España. Se pretende que estas Guías sean documentos técnicos de referencia tanto para la Administración como para los técnicos e industrias afectadas. Con esta legislación la industria alimentaria ha dado un gran salto realizando importantes inversiones medioambientales.

Por otra parte, las instalaciones afectadas por la Directiva IPPC tienen que comunicar anualmente las emisiones al agua, aire y suelo. Estos datos se recogen en un Registro nacional que en los primeros años se denominó EPER y que en 2007 por primera ver se llama PRTR, incorporando también la posible transferencia de dichas emisiones a los distintos medios.

La distribución de las instalaciones del sector afectadas por la Directiva IPPC se adjunta a continuación. En este mapa hay que considerar que se incluyen también las instalaciones ganaderas.



INSTALACIONES

- Industrias agroalimentarias y ganaderas

Fuente: Ministerio de Medioambiente y Medio Rural y Marino (EPER-España)

Otro aspecto de gran relevancia es precisamente donde la industria ha trabajado intensamente es en tratamiento de los residuos industriales que en la industria alimentaria están constituidos en su mayoría por compuestos orgánicos fácilmente degradables.

En este sentido la industria ha realizado un gran esfuerzo promoviendo el establecimiento de los sistemas integrados de gestión de envases a través de los cuales se gestionan todos los residuos de envases domésticos. En España existen dos sistemas integrados de gestión ECOEMBALAJES y ECOVIDRIO.

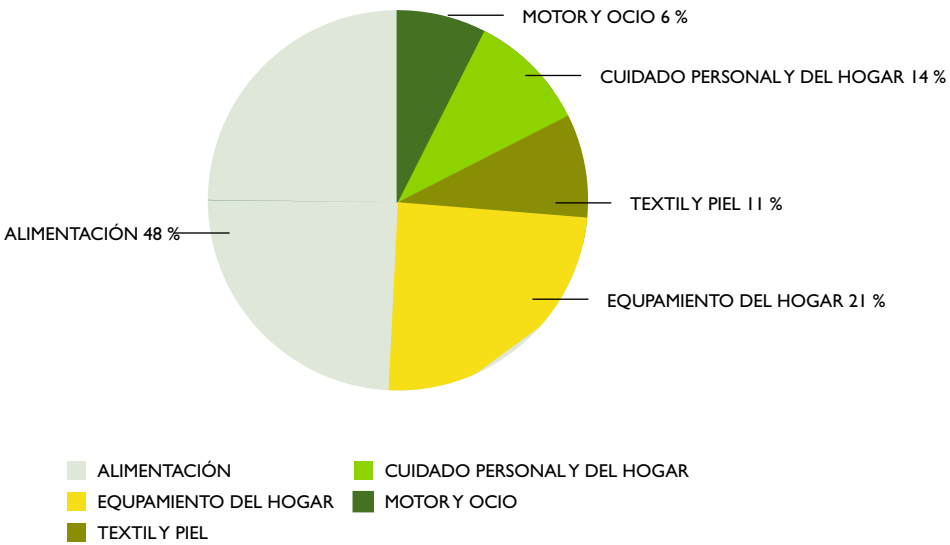
ESTADISTICAS NACIONAL (kilogramos recogidos)

EJERCICIO	VIDRIO APORTACION CIUDADANA	VIDRIO OTRAS APORTACIONES	TOTAL	TASA RECICLADO(%)
2001	358.005.234	148.300.000	506.305.234	32,5
2002	397.930.313	155.176.766	553.107.079	36,3
2003	435.318.219	186.718.433	622.036.652	38,25
2004	468.511.925	206.767.818	675.279.743	41
2005	513.301.531	231.298.014	744.599.545	44,6
2006	576.967.644	263.163.222	840.130.866	50,8
2007	657.329.716	279.006.956	936.336.672	56

Un esfuerzo adicional ha sido los trabajos realizados en prevención, ya que las empresas que ponen cierta cantidad de envases en el mercado han estado realizando los denominados Planes Empresariales de Prevención, con compromisos de reducir, hasta donde sea posible el peso de los envases año a año.

PLANES DE PREVENCIÓN: EMPRESAS ADHERIDAS

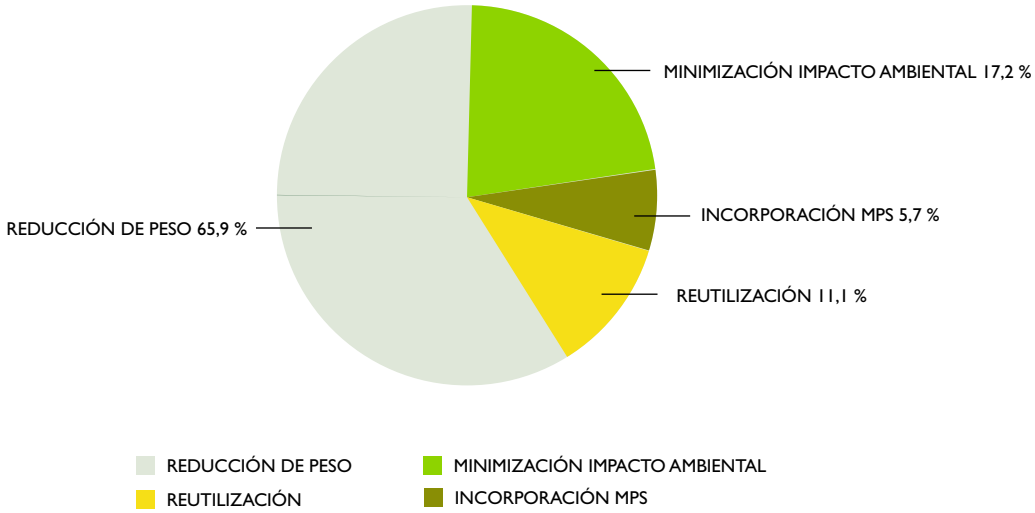
Nº DE EMPRESAS ADHERIDAS	2000-2003	2003-2006	2006-2008
	1.842	2.367	2.356



El esfuerzo realizado ha contribuido a que en 2006 se recuperasen 1.267.029 toneladas de envases, 21.841 más que en 2005 y se reciclaran 1.066.343 toneladas, 62.059 más que el año precedente. Estas cifras suponen que en 2006 se consiguió reciclar el 53,2% de los envases que se pusieron en el mercado a través del SIG.

PLANES DE PREVENCIÓN: MEDIDAS POR SECTOR

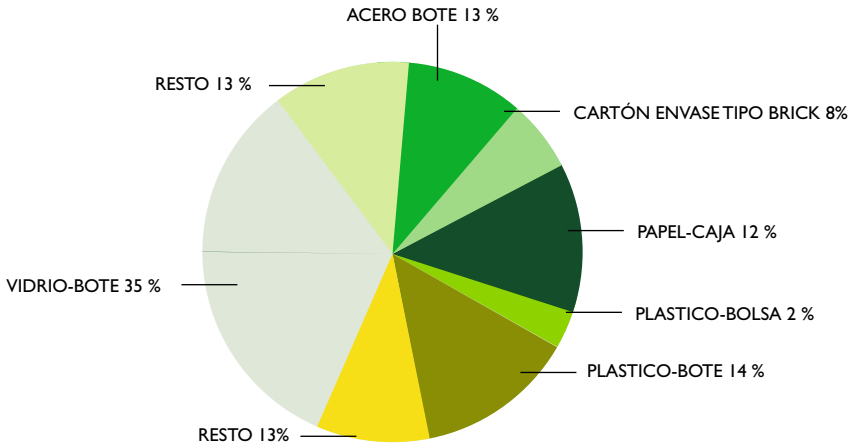
MEDIDAS DE PREVENCIÓN	2000-2003	2003-2006	2006-2008
	8.159	6.246	5.072



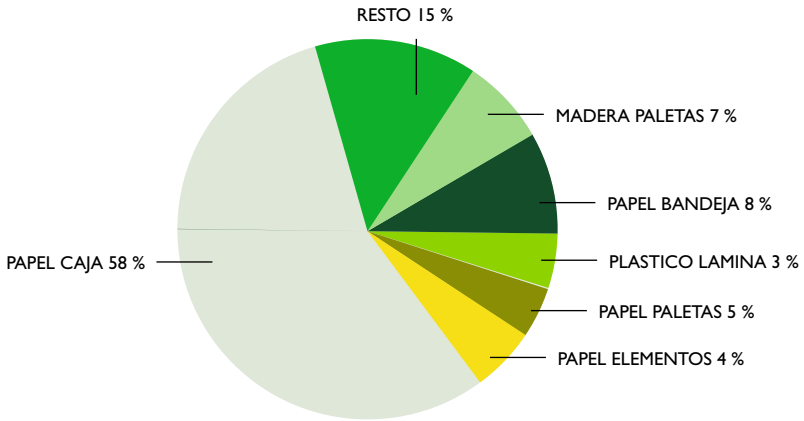
Del mismo modo, la implantación de los sistemas de gestión ambiental y su certificación según la Norma ISO 14001 se ha manifestado como una práctica creciente de gestión empresarial, pasando de 3 industrias alimentarias certificadas en 1997 a un total de 298 en 2005, según datos del M.A.P.A.

TIPOS DE ENVASES MAS REPRESENTATIVOS DEL SECTOR ALIMENTACIÓN

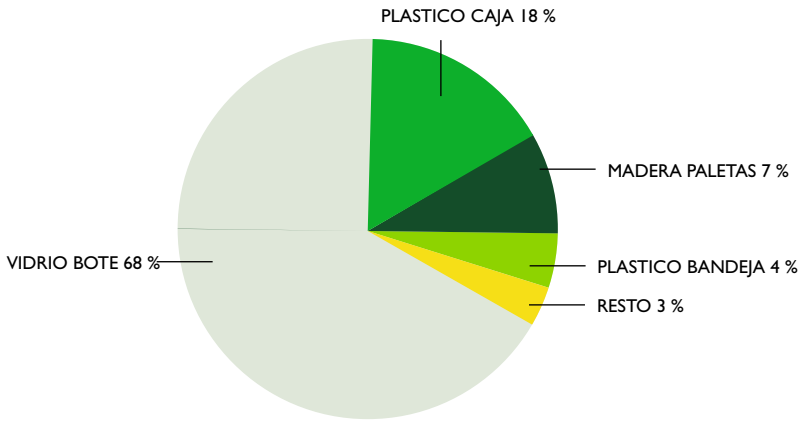
ALIMENTACIÓN SIG



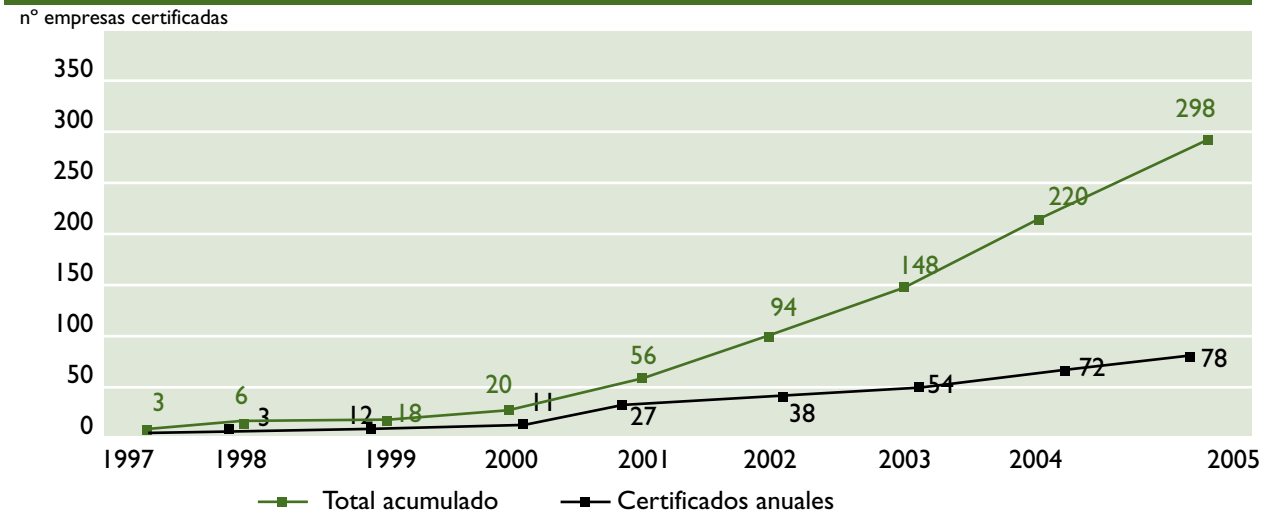
ALIMENTACIÓN NO SIG



ALIMENTACIÓN REUTILIZABLES

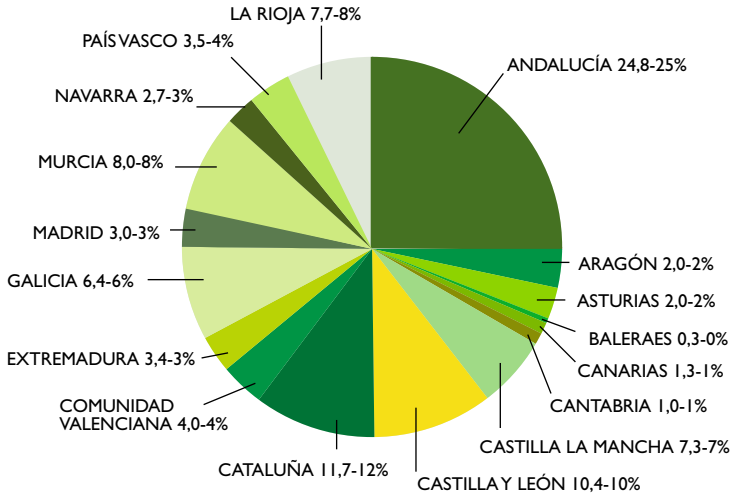


EVOLUCIÓN DE LA CERTIFICACIÓN DE LA INDUSTRIA ALMENTARIA ISO 14000:1996
1997-2005 Diciembre 2005



Fuente: MAPA

DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS CERTIFICADAS (ISO 14000:1996) POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS. Diciembre 2005



Fuente: MAPA

EVOLUCIÓN DE LA CERTIFICACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA NORMAS ISO 14001:1996 (1997/2005)-Diciembre 2005

Subsectores AÑOS	Industria Cárnica	Conser. Product Pescado	Prepar. Conserv. Frutas	Fabric. grasas aceite	Industr. Lácteas	Product. Moliner. Almidón	Product. aliment. animal	Otros produc.	Galletas Product. panader.	Indust. azúcar	Cacao Chocolat. Confiter.	Café Té, Infusiones	Espacias Salsas, Condim.	Aliment. Infant., Dietético	Elabor. Bebidas	Elabor. Vinos	Fabric. Cerveza	Aguas Bebidas Analcoh.	TOTAL
1997			1		1					1									3
1998				1						2									3
1999	1				1				2	4						1	2	1	12
2000	2				1	2	1	2		1						2			11
2001		1	4	7	2	1		1		1						5	3	2	27
2002	1	1	3	2	3	2	2	1				3	2			8	1	9	38
2003	6	5	8	5	6			3	1		1		1	1	2	8	7		54
2004	13	3	13	5	5		3	1	4			1	1			21		2	72
2005	12	5	18	3	4	1	3	10		1	1	1		1	1	11	5	1	78
TOTAL	35	15	47	23	23	6	9	18	7	10	2	5	4	2	3	56	18	15	298

Fuente: Elaboración Propia de la Subdirección General de Industrias, Innovación y Comercialización Agroalimentaria.

El número de entidades de certificación de sistemas de gestión ambiental, acreditadas por la Entidad Nacional de Acreditación (ENAC) en el sector de alimentación y bebidas, a 31 de diciembre de 2005, asciende a 12:

- Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR).
- LGAI Technological Center, S.A.
- Det Norske Veritas España
- Bureau Veritas Quality International España, S.A.
- SGS ICS Ibérica, S.A
- Entidad de Certificación y Aseguramiento, S.A. (ECACERT)
- Lloyd´s Register Quality Assurance Ltd.
- Asociacao Portuguesa de Certificao (APCER)
- Instituto Valenciano de Certifiacción (IVAC)
- Servicio de Certificación de la Cámara Oficial de Comercio e Industría de Madrid
- European Quality Assurance Spain, S.L.
- TÜV Internacional Grupo TÜV Rheinland, S.L.

DISTRIBUCIÓN POR SUBSECTORES DE EMPRESAS CERTIFICADAS EN LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS. NORMAS ISO 140001:1996 (AÑOS 1997/2005). Diciembre 2005

Subsectores / CC.AA.	Industria Cárnica	Conser. Product Pescado	Prepar. Conserv. Frutas	Fabric. grasas aceite	Industr. Lácteas	Product. Moliner. Almidóm	Product. aliment. animal	Otros produc.	Galletas Product. panader.	Indust. azúcar	Cacao Chocolat. Confiter.	Café Té, Infusiones	Espacias Salsas, Condim.	Aliment. Infant., Dietético	Elabor. Bebidas	Elabor. Vinos	Fabric. Cerveza	Aguas Bebidas Analcoh.	TOTAL C
ANDALUCÍA	5	1	16	17	3				2	3				1		19	4	3	74
ARAGÓN	1					2	1	1								1			6
ASTURIAS	1				3				1									1	6
BALEARES																		1	1
CANARIAS																	2	2	4
CANTABRIA		1			1	1													3
CASTILLA-LA MANCHA	7		1		2			7							1	3		1	22
CASTILLA Y LEÓN	7		1		4		2	1	2	7				1	2	3	1		31
CATALUÑA	3		4	2	6		3	2			1	3				5	4	2	35
COMUNIDAD VALENCIANA			5	1	1	1		1			1					1	1		12
EXTREMADURA			3	2				3					1					1	10
GALICIA		12			2		1	1								1		2	19
MADRID	1			1	1			1				1					3	1	9
MURCIA	4		12				2						3			1	2		24
NAVARRA			3			2										1	1	1	8
PAIS VASCO	1	1														9			11
RIOJA (La)	5		2					1	2			1				12			23
TOTAL-Certificadas (c)	35	15	47	23	23	6	9	18	7	10	2	5	4	2	3	56	18	15	298

Fuente: Elaboracion propia Subdirección General de Industrias, Innovación y Comercialización Agroalimentaria, a partir de los datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE). Año 2005.

4. FORMACIÓN CONTINUA EN EL SECTOR DE ALIMENTACIÓN

La formación Continua puede ser definida de forma sencilla como aquella que contribuye a mejorar el desarrollo profesional de los trabajadores en activo.

A través de esta área la Federación impulsa y promueve en el sector los tres ámbitos de la Formación Profesional: Inicial o reglada, ocupacional y continua.
FIAB trabaja en esta área en colaboración con el Ministerio de Educación, el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (INEM) y la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo, además de participar activamente en varios órganos específicos, representando y defendiendo los intereses sectoriales en materia de Formación Profesional, como el Consejo General de Formación Profesional, el Instituto Nacional de las Cualificaciones (INCUAL) o la Comisión Paritaria de Alimentación y Bebidas de la Fundación Tripartita.

Desde el año 1993, destaca la labor de FIAB en materia de Formación Continua para los trabajadores en activo, donde viene canalizando y gestionando junto con las organizaciones sindicales más representativas del sector, las ayudas de la Fundación Tripartita y promueve, además, desde hace más de quince años, sus propios planes formativos (ahora Contratos-Programa), a través de los cuales ha contribuido a formar a más de 50.000 trabajadores del sector. La gestión y la ejecución de estos planes de FIAB están encomendadas al Instituto de Formación Integral (I.F.I.)

Otras líneas de actuación significativas son la Formación de Directivos y Gerentes de Pymes, la participación en programas e iniciativas comunitarias, la realización de publicaciones, estudios y el fomento de acciones de sensibilización en temas de interés para el sector, como la implantación de sistemas de calidad total, la innovación, el acceso a las nuevas tecnologías o la prevención de riesgos laborales. Destaca, desde 2007, el Convenio suscrito con el MEC para el desarrollo de determinadas actuaciones en materia de cualificaciones y profesional, en cuyo marco el departamento está elaborando simuladores de procesos y acciones de formación dirigidas al profesorado de FP de la familia de IA para su actualización.

Actualmente se encuentra vigente el Plan 2007-2008 de Formación Continua subvencionado por la Administración, para profesionales del Sector. Contiene una amplia oferta formativa diseñada para ofrecer una formación especializada. Asimismo, se imparte en cuatro modalidades Presencial, Teleformación, Distancia y Mixta.

5. I+D+I (INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO E INNOVACIÓN)

Tanto por parte de nuestras industrias como por parte de la Administración hay un interés permanente en avanzar en la mejora de los procesos, de los productos y del sector en general a través de la investigación, el desarrollo y la innovación, lo que hoy en día llamamos I+D+i.

En el 2006, dentro de la industria de Alimentación, Bebidas y Tabaco (CNAE 15,16), han invertido en investigación y desarrollo (I+D) un total de 793 empresas, de las que 683 poseen menos de 250 empleados y 109 empresas poseen más de 250 empleados. Dichas empresas han dado empleo, para el área de I+D, a un total de 4.134 personas en 2006.

Por parte del sector público, tanto la Administración española como la europea vienen incrementando en los últimos años sus esfuerzos y recursos destinados a I+D+i.

Por otro lado, y citando igualmente los datos registrados en el INE, el número de empresas innovadoras en la actividad de alimentación, bebidas y tabaco, ha sido de 2.189 (32,93% del universo utilizado en dicho informe para el sector). El gasto en innovación por estas empresas asciende a 598 millones de euros (598.856.000), correspondiendo el 36,73 % a gastos en I+D (internos y externos), el 63,27 % para otras actividades innovadoras. Asimismo, se observa un 10,78 % invertido en productos nuevos y mejorados.

Además según los datos registrados en el 2005 por el Plan Nacional I+D+I 2008-2011, es en este sector donde se localiza la mayor concentración de empresas innovadoras.

El Plan Nacional I+D+i 2008-2011, presenta una estructura basada en cuatro áreas principales, una de ellas es el área de "Desarrollo e Innovación Tecnológica Sectorial", en donde se concentrarán en 10 sectores claves, entre los que se encuentra en primer término el de Alimentación, Agricultura y Pesca. El objetivo es atender los aspectos relacionados con la mejora y/o renovación de procesos y la generación de una oferta más diversificada y competitiva de materias primas y alimentos con características diferenciadas.

La Comisión Europea, por su parte, publicó el 6 de abril de 2005 su propuesta relativa al Séptimo Programa Marco para acciones de Investigación, Desarrollo tecnológico y Demostración. En el que se propone un presupuesto total de 73.000 millones de euros para una duración de siete años (2007-2013).

El Programa consta de cuatro programas específicos: Cooperación, Ideas, Personas y Capacidades. En el que se pretende contribuir a revitalizar la Estrategia de Lisboa, adoptada por el Consejo Europea de Lisboa 2000, que tiene como objetivo hacer que la economía europea esté basada en el conocimiento y competitividad, haciéndola la más dinámica del mundo en 2010.

Además, la UE continúa con la construcción del Espacio Europeo de Investigación (EEI), iniciada en el Sexto Programa Marco, para crear un mercado interior de la ciencia y la tecnología, que promueva la calidad científica, la competitividad y la innovación. Una de las prioridades dentro de dicho programa es la cooperación en el sector de alimentos, agricultura y biotecnología, que tiene como dotación 1.935 millones de euros.

Tras el contexto de las estrategias diseñadas en Lisboa (2000) y en el Consejo de Barcelona (2002), nacen las plataformas tecnológicas como un cambio de enfoque muy importante, pues permiten a la industria tomar la iniciativa en temas de I+D+i.

En enero de 2003, se crea un grupo de interés económico entre cinco federaciones nacionales (SPES) al que posteriormente se han unido la CIAA y nuevas federaciones hasta formar un total de once Federaciones nacionales europeas encuadradas en un grupo de interés económico (GEI), el cual ha participado en tres proyectos europeos: SMES-NET (estudio longitudinal realizado en once países de la Unión y en el que han colaborado más de mil seiscientas empresas); TRUEFOOD (proyecto que pretende mejorar la calidad y la seguridad e introducir innovaciones en los sistemas de producción de los alimentos tradicionales en Europa, mediante actividades de investigación, demostración, difusión y formación) y ENFII (Red europea para la financiación de la innovación el sector alimentario (capital riesgo en innovación).

A principios de 2005 nació la Plataforma Tecnológica Europea Food for Life, cuyo objetivo es lograr mediante la integración de la investigación sobre nutrición, alimentos y gestión de la cadena alimentaria, productos alimenticios innovadores y mejorados que estén en línea con las necesidades y expectativas de los consumidores. Estos productos, conjuntamente con cambios recomendables en los regímenes alimenticios y en el estilo de vida, tendrán un impacto positivo en la salud pública y en la calidad de vida (añadiendo vida a los años).

La FIAB inició la constitución de la Plataforma Food For Life-Spain a mediados de 2005 con el objetivo de que constituyera el caldo de cultivo idóneo para que pudieran derivarse de ella numerosas iniciativas que permitan cambiar las necesidades de innovación y de I+D en toda la cadena de valor de nuestro sector.

Tanto la plataforma española, como la europea, se erigen, pues, como instrumento de diálogo entre la sociedad civil y la administración en todos los temas relacionados con la Innovación y la I+D. Contribuyen, además, a dinamizar a nuestras empresas mostrando nuevas formas de cooperación, a nivel europeo, aprovechando las ayudas del séptimo programa marco y, a nivel nacional, a través del Plan Nacional de I+D+i.

En este momento se están constituyendo los grupos de trabajo de los 8 pilares que conforman la agenda estratégica de investigación (AEI): alimentación y salud; calidad y producción; alimentos y consumidor; seguridad alimentaria; producción sostenible de alimentos; gestión de la cadena alimentaria; comunicación, formación y transferencia de tecnología. En ellos intervienen empresas y centros de investigación tanto públicos como privados para perfilar mejor nuevos objetivos y poder definir el Documento Visión 2020.

Además, la OTRI-FIAB (Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación) pone a disposición de las empresas, los resultados obtenidos en los proyectos de I+D de financiación pública tanto por los centros públicos como por los centros privados de investigación.

Y finalmente cabe citar otros proyectos europeos de I+D+i donde FIAB está participando: BARLEYBREAD - Líneas europeas para la fabricación de pan rico en fibra y bajo en sal usando cebada europea;); ICARE - Control de la formación de nuevos contaminantes durante el tratamiento térmico de los alimentos y reducción de sus efectos sobre la salud; LOW JUICE - Procesos para reducir azúcar y añadir fibra a zumos naturales de manzana con el fin de mejorar la competitividad en las industrias de zumos de fruta europea y QUALY JUICE - Nuevos procesos para mejorar la calidad de los zumos en las industrias europeas.

ALIMENTACIÓN, BEBIDAS Y TABACO CNAE 15,16	Menos de 250 empleados	250 y más empleados	Total 2006
Número de empresas que realizan I+D	683	109	793
Nacionales	658	84	743
Multinacionales	25	25	50
Número de empresas que forman parte de un grupo	181	83	264
Nacional	160	60	221
Extranjero	21	23	43
Personal total dedicado a I+D (número de personas)	2,673	1,461	4,134
Personal dedicado a I+D:Investigadores	1,089	551	1,64
Personal dedicado a I+D:Técnicos	766	526	1,292
Personal dedicado a I+D:Auxiliares	818	384	1,202
Mujeres dedicadas a I+D (número de personas)	1,055	550	1,605
Mujeres dedicadas a I+D:Investigadoras	411	199	610
Mujeres dedicadas a I+D:Técnicos	290	203	494
Mujeres dedicadas a I+D:Auxiliares	354	147	501
Personal total dedicado a I+D (EJC)	**1,370.4**	**985.9**	**2,356.3**
Personal dedicado a I+D (EJC):Investigadores	**656.9**	**448.5**	**1,105.4**
Personal dedicado a I+D (EJC):Técnicos	**377.6**	**299.5**	**677.2**
Personal dedicado a I+D (EJC):Auxiliares	**335.9**	**237.9**	**573.7**
Mujeres dedicadas a I+D (EJC)	**581.9**	**392.2**	**974.1**
Mujeres dedicadas a I+D (EJC):Investigadoras	**269.4**	**174.1**	**443.5**
Mujeres dedicadas a I+D (EJC):Técnicos	**160.9**	**119.6**	**280.5**
Mujeres dedicadas a I+D (EJC):Auxiliares	**151.6**	**98.5**	**250.1**

Gastos en I+D interna (miles de euros)	84,223	86,579	170,802
Gastos corrientes (miles de euros)	59,583	74,755	134,338
Retribuciones a investigadores (miles de euros)	23,223	24,41	47,633
Retribuciones a técnicos y auxiliares (miles de euros)	17,157	20,132	37,289
Otros gastos corrientes (miles de euros)	19,204	30,213	49,416
Gastos de capital (miles de euros)	24,64	11,824	36,464
Equipo e instrumentos (miles de euros)	19,89	8,687	28,576
Terrenos y edificios (miles de euros)	3,821	2,941	6,761
Adquisición de software específico para I+D (miles de euros)	929	197	1,126
Gastos en I+D interna financiados con fondos nacionales (miles de euros)	83,975	86,544	170,519
Fondos propios (miles de euros)	67,847	79,503	147,35
Fondos de otras empresas nacionales (miles de euros)	1,03	47	1,078
Fondos de AAPP (miles de euros)	15,007	6,994	22,001
Fondos de universidades (miles de euros)	90	..	90
Fondos de IPSFL (miles de euros)	..	..	..
Gastos en I+D interna financiados con fondos extranjeros (miles de euros)	249	35	284
Fondos de programas de la Unión Europea (miles de euros)	225	35	260
Otros fondos del extranjero (miles de euros)	23	..	23
Gastos corrientes en I+D dedicados a investigación fundamental (miles de euros)	1,567	2,519	4,086
Gastos corrientes en I+D dedicados a investigación aplicada (miles de euros)	30,052	42,457	72,509
Gastos corrientes en I+D dedicados a desarrollo tecnológico (miles de euros)	27,964	29,779	57,743
Gastos en I+D externa (miles de euros)	12,966	22,157	35,123
Gastos en I+D externa en España (miles de euros)	12,541	7,795	20,336
Gastos en I+D externa en el extranjero (miles de euros)	425	14,362	14,787
Empresas que han solicitado patentes en el período 2004-2006	63	12	76

Fuente: INE

6. COMUNICACIÓN

El área de Comunicación abarca las relaciones con los medios de comunicación y los asuntos que se derivan de la comunicación interna y corporativa de la FIAB, así como eventos que potencien la imagen de la industria alimentaria.

En esta área de trabajo, la FIAB ha impulsado también una comunicación más fluida con la sociedad. Los recientes acontecimientos en materia de seguridad alimentaria han provocado el surgimiento de un nuevo consumidor, más exigente en cuanto a calidad e higiene de los productos, con una demanda de información más precisa y exhaustiva.

La FIAB constituyó en 1998 el Consorcio para la Información al Consumidor, formado por las asociaciones de consumidores más importantes, con el objetivo de transmitir, a través de diversas fórmulas de divulgación, los aspectos esenciales en seguridad de los alimentos, y el papel que desempeñan en la misma los diferentes eslabones de la cadena alimentaria, incluido el consumidor.

Asimismo, la FIAB organiza desde el año 2000 las Jornadas de Puertas Abiertas de la Industria Alimentaria en las que las empresas abren sus fábricas a una serie de colectivos para que el consumidor perciba de primera mano cómo se produce un alimento, desde la recepción de las materias primas hasta el envasado final. Con este evento se pretende que el consumidor conozca cuál es la regulación sobre seguridad que marca la producción de la industria alimentaria, la tecnología que se emplea y la capacitación de sus recursos humanos.

III. EL COMERCIO ALIMENTARIO

A) MERCADO NACIONAL

1. CONSUMO ALIMENTARIO

Los cambios sociales, políticos y culturales que viene experimentando España en las últimas décadas, ahora en un contexto mucho más globalizado, están determinando una evolución en los hábitos y gustos en la población, lo que afecta directamente también al consumo alimentario.

Esta globalización, que no sólo afecta a la multinacionalidad de las empresas sino también a los intercambios continuos de conocimiento e información, están provocando una cierta homogeneización de hábitos de consumo. En el caso de España, se viene produciendo un progresivo acercamiento a la dieta alimenticia de otros países como pueden ser los anglosajones, aunque nuestra dieta sigue encuadrándose mayoritariamente dentro de lo que se conoce como Dieta Mediterránea, de amplio reconocimiento nutricional y cultural. Se han producido respecto a esta dieta desviaciones hacia el consumo de productos proteicos y grasas, con mayor contenido calórico, quedando algo bajo el de cereales y sus derivados.

Debe tenerse muy en cuenta un fenómeno relativamente reciente en España y que se ha convertido en uno de los factores dinamizadores del consumo: el aumento de población por motivos de un notable número de emigrantes en los últimos años. En sólo 10 años han pasado de ser el 1,5% de la población total al 9% en el año 2006, con más de 4 millones de personas, lo que hace que haya más demanda de alimentos y también de diferente clase debido a las distintas culturas que se afincan en España.

Del Panel de Consumo Alimentario que elabora el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación se desprende que, durante el año 2006, las compras del total de alimentación en España ascendieron a 880,82 millones de kilogramos/litros/unidades, por un valor de 81.916 millones de euros. Esto representa un incremento del consumo del 5,3% respecto al año anterior, que se convierte en un 2,2% cuando se refiere a valor constante, deflactado con respecto al IPC de la alimentación del año 2006.

La evolución del consumo per capita, sin embargo, ha disminuido un -1,1%, ya que en esta cifra influye el aumento de la población que en los últimos años está siendo más de lo previsto.

Los productos que experimentaron mayor crecimiento en la cantidad comprada total en el año 2006, en cuanto a volumen son:

- Bebidas refrescantes (4,6%)
- Agua Mineral (4,5%)
- Cervezas (3,0%)
- Bollería pastelería (2,8%)
- Frutas Frescas (1,8%)
- Pesca (1,6%),
- Zumos de Frutas (1,4%)
- Carne (0,9%)
- Hortalizas Frescas (0,7%)

Respecto a los productos que registran aumentos en el gasto sobresalen:

- Patatas frescas (19 %)
- Aceite de Oliva (18,6 %)
- Otros vinos (14 %)
- Bollería/pastelería (8,5 %)
- Salsas (7,8%), Cervezas (7,6%)
- Frutos Secos (7,5%), Aceitunas (7,3%)
- Pesca (7,2%)
- Gaseosas y Bebidas refrescantes (7,2 %)
- Bebidas Espirituosas (7 %)

En lo tocante a los productos que, contrariamente, registran caídas más acusadas en la cantidad comprada total, destacan:

- Margarina (-9,4%)
- Otras leches (-9,2%)
- Vino de mesa (-5,8%)
- Vino de C.P.R.D. (-5,6%)
- Aceite de Oliva (-4,4%)
- Café/infusiones (-4,3%)
- Aceitunas (-4,0%)

Y los productos comprados que registran un mayor descenso en el valor son los siguientes:

- Margarina (-7%)
- Vinos de mesa (-6,6%)
- Otras Leches (-5,3%)
- Vinos C.P.R.D (-5,2%)
- Caldos (-5,2%),
- Legumbres (-4,2%)
- Cafés/infusiones (-1,3%)
- Huevos (1,3 %)

Es de destacar que el aumento o disminución del gasto en estos productos, no indica solo un mayor o menor consumo, sino que también está relacionado con los precios, es decir, un aumento del gasto puede ser debido solamente a un aumento de los precios.

El mayor gasto corresponde al capítulo de carnes y productos cárnicos, al que se han destinado 17.600 millones de euros, algo más de la quinta parte del gasto total en alimentación (21,5%), seguido por los productos pesqueros, con 11.074 millones de euros, (13,5% del gasto total), situándose a continuación las frutas frescas y los derivados lácteos con algo más 5.500 millones, cada uno (7%).

Sin embargo, en 2006, se puede decir que los productos que han impulsado el consumo han sido las bebidas, seguidas de bollería/pastelería, derivados lácteos, frutas frescas, platos preparados y productos de la pesca. Tanto la carne como las hortalizas frescas han aumentado en una cifra algo menor del 1%.

Composición de gasto alimentario

1.Gasto de los Hogares: El aumento del gasto total es mayor en los hogares, en donde las compras ascendieron a 28.219 millones de kilogramos/litros/unidades (73,5 % del consumo total) y a 59.360 millones de euros.

Con referencia a los canales, tanto la tienda tradicional como los autoservicios siguen perdiendo cuota de mercado, mientras que la Gran Distribución (híper y supermercados) continúan su crecimiento.

COMPRA DE ALIMENTACIÓN DE LOS HOGARES (Nº DE ESTABLECIMIENTOS)					
AÑO	HIPERMERCADOS	SUPERMERCADOS	AUTOSERVICIOS	TIENDAS TRADICIONALES	TOTAL
1999	298	12.026	13.474	44.374	70.172
2000	306	12.565	13.209	41.239	67.319
2001	318	12.880	12.488	36.361	62.047
2002	332	13.175	12.117	33.452	59.076
2003	343	13.377	11.576	31.617	56.913
2004	359	13.391	10.973	29.532	54.255
2005	365	13.541	10.586	28.198	52.690
2006	379	14.084	10.305	27.423	52.191

Fuente: MAPA

En este apartado del consumo de los hogares, debe hacer referencia a canales minoritarios, como:

• Economatos y Cooperativas: con cada vez menor peso, que al final de los 80 tenían un 2% de cuota de mercado y que han pasado de tener un 0,5% en 2001 y un 0,4% en 2006.

• Mercadillos y Venta Callejera: Representan un 1,2% de las compras de los hogares en 2006, y en donde destacan las ventas de frutas y hortalizas frescas, con una cuota de mercado alrededor de un 6%, de aceitunas, con un 5,2%, de patatas frescas y de frutos secos, con una participación alrededor del 4%.

• Ventas a domicilio: Representan el 0,8%, y destacan los platos preparados (5,6%), las patatas congeladas (5,3%), el pan (3,3%), frutas transformadas, agua y vino de mesa (entre el 2 y el 4%).

• Autoconsumo: Supone un 3,2% del valor de la Alimentación de Hogares. Destaca el consumo de miel, con una cuota del 27%, seguida por los frutos secos con 14,5%, los huevos y las hortalizas frescas con 13,3% cada uno, las patatas frescas con un 12,2%, las frutas frescas con 5% y el vino de mesa, con un 3,5%.

• Otros: En este apartado se incluyen las compras por Internet. Se observa que cada año se incrementa el número de personas que han comprado alguna vez por Internet, pasando del 2,7% en 2004 al 4,3% en 2006.Son tradicionales en este apartado las compras de aceite de oliva virgen, vino de calidad y miel. Dado que aquí también están reflejados

los regalos, los espumosos aparecen con una cuota de mercado del 19,4%. En este apartado también destaca la adquisición de bebidas de alta graduación (10%) y los vinos con Denominación de Origen (8%).

2. Gasto de la hostelería y la restauración y en las Instituciones (HORECA): El canal HORECA, caracterizado principalmente por ser un sector muy heterogéneo, con grandes diferencias entre todos los segmentos, registra un crecimiento natural del 4% anual. Según el estudio "El Canal Horeca en España.
Análisis de la situación actual y tendencias futuras" que ha elaborado Iliada Consulting para la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas, FIAB, con el apoyo del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, MAPA, y la colaboración de Rabobank y Grupo Greco (Grupo de Estudios para la Restauración y Colectividades), el canal HORECA acapara el 30% del mercado de alimentación y bebidas en España, que se aproxima ya a los 30.000 millones de euros. El total de establecimientos dedicados a este segmento asciende a 642.704, entre los que se encuentran 219.163 bares y cafeterías; 55.422 restaurantes; 8.610 establecimientos de restauración moderna; 17.836 hoteles; 24.975 establecimientos de restauración social (enseñanza, geriátricos, sanidad, instituciones, comedores laborales y catering), y otras instituciones (700). La venta alternativa supondría los 316.000 establecimientos restantes (vending, delivery&take away, ocio, etc.)

Por regiones, la zona centro-sur y el noreste de España acaparan un 40% del total de establecimientos, mientras que las zonas con mayor nivel de venta en este sector se amplían además a Andalucía.

En términos de ocupación, el sector HORECA da trabajo a casi 60.000 personas y, al igual que ocurre con la industria alimentaria, sólo 500 empresas tienen una plantilla superior a 25 empleados. Todo parece indicar que el canal HORECA mantendrá el nivel de crecimiento actual de su volumen de ventas, para lo que resulta necesario que las empresas se adapten a los cambios que se van a producir en este segmento.

Así, el proceso de evolución que se espera en este sector contará con tres actores fundamentales a tener en cuenta: las cadenas de restauración y hoteleras; propietarios individuales actuales que generan su marca, y la incorporación de la inmigración a la propiedad de bares y cafeterías para el barrio, que mantendrán el vigor del modelo actual de pequeño negocio. Todo ello hace también necesaria la búsqueda de colaboración entre fabricantes, para fomentar la innovación y modernización de los puntos de venta, poniendo en marcha proyectos de investigación conjuntos para el desarrollo de nuevos productos dirigidos al consumidor.

Durante 2006 este sector compró más de 10.000 millones de kilogramos/litros/unidades de alimentos (alrededor del un 25% del consumo total) por un valor de cercano ya a los 30.000 millones de euros. Para responder a la demanda de este sector, en noviembre de 2007 se celebró en Madrid, la I Convención Internacional para el Foodservice denominada EATIN' OUT. Durante la celebración de la misma se procedió además a la firma de un Convenio de Colaboración FIAB-FEHRCAREM que instituye un Comité con el objetivo de mejorar las necesidades de la restauración.

Por otra parte, el ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, elabora anualmente un Panel de estudio de consumo extradoméstico que analiza la evolución del consumo fuera del hogar para establecer las tendencias actuales. El estudio del año 2007 se está llevando a cabo por dos consultoras, TNS y NIELSEN.

3. Web del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino www.alimentacion.es

Esta web que se presenta con el lema " saber más para comer mejor" constituye un instrumento para aprender a conocer mejor nuestros alimentos y crear así consumidores más informados y con buenos hábitos alimenticios. La web contiene información sobre campañas de promocion, recetas, consejos de turismo agroalimentario, noticias de actualidad, etc..

COMPRAS DE ALIMENTOS EN ESPAÑA (MILLONES DE EUROS)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
HOGARES	44.738,14	48.509,04	50.716,53	54.230,88	56.175,24	59.360,11
HOSTEL.Y RESTAURACIÓN	15.547,08	16.485,06	17.456,76	19.190,54	20.159,92	20.999,15
INSTITUCIONES	1.155,40	1.247,85	1.232,90	1.330,67	1.475,31	1.557,16
TOTAL	61.440,62	66.241,95	69.406,19	74.752,09	77.810,47	81.916,42

Fuente: MAPA

ESTRUCTURA DEL GASTO TOTAL CONTRASTE HOGARES /HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN. año 2006

	HOGARES	HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN
TOTAL CARNE	23,3	15,9
TOTAL PESCA	14,4	11
TOTAL FRUTAS FRESCAS	8,7	1,6
TOTAL DERIVADOS LÁCTEOS	7,7	4,2
PAN	6,7	4,3
TOTAL HORTALIZAS FRESCAS	6,4	2,6
TOTAL LECHE LÍQUIDA	4	1,7
BOLL., PAST., GALLET., CEREAL.	3,7	1,7
TOTAL ACEITE	3	2,4
PLATOS PREPARADOS	2,9	0,3
GASEOSAS Y BEBID. REFR.	2,3	8,5
T. FRUTA & HORTA. TRANSF.	1,8	0,9
TOTAL PATATAS	1,6	1,5
TOTAL VINOS	1,6	9
CERVEZAS	1,2	13,9
HUEVOS	1,2	0,8
CAFÉS E INFUSIONES	0,9	3,8
AGUAS MINERALES	0,7	1,6
TOTAL ZUMOS DE FRUTA Y VEGETALES	0,7	1,9
BEBIDAS ESPIRITUOSAS	0,6	8,2

Fuente: MAPA

2. ANÁLISIS DEL MERCADO DE LA DISTRIBUCIÓN

La distribución actual en España, como en la mayoría de las economías modernas, está marcada por un fuerte proceso de concentración de las grandes cadenas. El sector de la distribución comercial ha experimentado profundos cambios a lo largo de los últimos veinte años. Así pues, se han desarrollado significativamente, desde los métodos más tradicionales, en los que los distribuidores y mayoristas venden al público, hasta métodos mucho más sofisticados, caracterizados por una presencia cada vez mayor de empresas y multinacionales españolas en hipermercados (tradicionalmente este ha sido un sector copado por empresas o multinacionales francesas), supermercados, centrales de compras y cadenas de tiendas. Por no hablar de la importante y revolucionaria presencia del comercio electrónico a través de Internet.

En líneas generales, la distribución en España se caracteriza principalmente por una concentración cada vez mayor. Los diez primeros distribuidores tienen una cuota de sobre la superficie minorista cercana al 62,4 %.

Los grandes distribuidores no solo apuestan por el hipermercado como forma de venta sino que cada día más, están incrementando a un fuerte ritmo la apertura de supermercados, tiendas de conveniencia y tiendas descuento en los centros urbanos.

El 37% restante se reparte entre 460 distribuidores, que siguen perdiendo cuota de mercado.

PRINCIPALES EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN MINORISTA EN ESPAÑA, 2006

EMPRESA	Sup. (m2)	%
CARREFOUR	1.853.216	17,3
MERCADONA, S.A.	1.342.364	12,5
GRUPO EROSKI	863.407	8,1
CAPRABO, S.A.	536.714	5
CORTE INGLÉS	443.540	4,1
AUCHAN (GRUPO)	399.620	3,7
LIDL SUPERMERCADOS, S.L.	332.323	3,1
DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L.	319.258	3
CONSUM, SDAD. COOP.	313.082	2,9
CORIVAN, S.C.A.	274.894	2,6
RESTO	4.031.808	37,6
TOTAL	10.710.226	100

Fuente: ALIMARKET

B) COMERCIO EXTERIOR

1. BALANZA COMERCIAL

Las exportaciones españolas de productos agroalimentarios han alcanzado en 2007 un valor total de 25.587 millones de euros, de los cuales 22.888,5 corresponden a productos de origen agrario y 2.698,5 a los de origen pesquero. Las exportaciones agroalimentarias suponen el 14,1% de todas las exportaciones de bienes españoles. En 2006 los correspondientes valores fueron de 23.704, 21.172 y 2.532, respectivamente, y el porcentaje de exportaciones agroalimentarias supuso el 14%.

En el lado opuesto de la balanza, las importaciones agroalimentarias españolas en 2007 totalizaron 25.047 millones de euros, siendo el valor de los productos agrarios importados 19.705 millones de euros y el de los pesqueros, 5.342 millones. El conjunto de ambos bloques supuso el 9% de las importaciones globales españolas. En 2006 los respectivos valores habían sido inferiores para los productos agrarios (17.428 millones de euros), y también para los pesqueros (5.267), arrojando en total la cifra de 22.329 millones de euros y un porcentaje agroalimentario del 8,6%.

En relación con la UE-25 conseguimos, mediante el comercio intracomunitario, más del 86% de nuestras ventas exteriores de productos alimentarios de origen agrario (82% en 2006) y de los productos alimentarios de origen pesquero (78% el 2006). En conjunto nuestras ventas agroalimentarias a los otros veinticuatro Estados miembros de la UE-25 supusieron el 81% en valor.

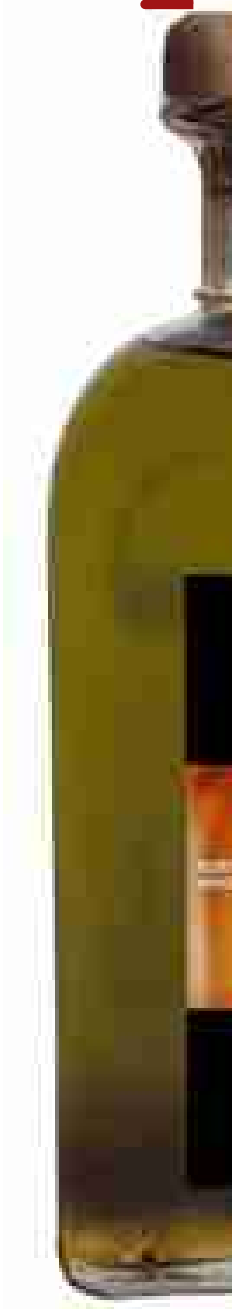
Respecto a las importaciones agroalimentarias españolas procedentes de otros países comunitarios, en 2007 supusieron, en valor, el 71% (68% en 2006), mientras que los productos de origen pesquero representan el 35% de nuestras compras en el exterior (34% en 2006). En conjunto nuestras compras de productos agroalimentarios en la UE-25 supusieron, en valor, el 57% (61%). No resulta extraño el que nuestras compras de algunos productos agroalimentarios se realicen en su mayor parte fuera de la UE, ya que la casi totalidad de la soja, de la mandioca, del café, del té, del cacao y de las frutas tropicales han de provenir necesariamente de terceros países. También ocurre lo mismo con parte de las semillas oleaginosas, con las tortas proteicas, con aceites vegetales, maíz y sustitutivos, frutos secos y especias... Prácticamente, dos terceras partes de los productos de origen pesquero que España adquiere en el exterior provienen de las flotas de terceros países o de empresas mixtas

IMPORTACIONES POR CAPÍTULOS ARANCELARIOS (millones de Euros)

	2004	2005	2006	2007
01. Animales vivos	334	384	411	417
02. Carne y despojos comestibles	834	938	1.061	1.228
03. Pescados y crustáceos	3.942	4.190	4.613	4.645
04. Leche y productos lácteos; huevos de ave, miel	1.351	1.407	1.381	1.766
05. Demás productos de origen animal	98	107	107	112
Sec. I: Animales vivos y productos de origen animal	6.560	7.026	7.573	8.168
06. Plantas vivas y productos de la floricultura	187	212	216	225
07. Legumbres, raíces, tubérculos	832	804	856	919
08. Frutos comestibles	1.229	1.294	1.271	1.468
09. Café, té, especias	339	436	484	574
10. Cereales	1.351	1.899	1.616	2.232
11. Productos molinería	92	96	139	174
12. Semillas	1.131	1.120	972	1.192
13. Gomas, resinas, ext. Vegetales	71	79	79	87
14. Otros origen vegetal	11	12	13	16
Sec. II: Productos del reino vegetal	5.241	5.951	5.646	6.887
15. Grasas, aceites	597	739	881	839
Sec. II: Grasas y aceites	597	739	881	839
16. Preparaciones de carne, pescado, etc.	425	539	654	697
17. Azúcares, confitería	463	493	504	554
18. Cacao y sus preparaciones	426	429	444	553

19. Preparaciones de cereales	718	789	830	868
20. Preparaciones de legumbres, frutas, etc	577	609	679	800
21. Preparaciones alimenticias diversas	909	984	1.090	1.170
22. Bebidas, liquidos alcoholicos	1.591	1.543	1.670	1.770
23. Residuos industria alimentaria	1.177	1.111	1.140	1.378
24. Tabaco	1.566	1.720	1.217	1.363
Sec. III: Prod. Industria alimentaria, bebidas y tabaco	7.851	8.217	8.229	9.153
Total Industria alimentación y bebidas	14.900	16.320	22.329	25.047

Fuente: Aduanas e Impuestos Especiales



EXPORTACIONES POR CAPÍTULOS ARANCELARIOS (millones de Euros)

	2004	2005	2006	2007
01. Animales vivos	284	291	283	268
02. Carne y despojos comestibles	1.719	2.007	2.138	2.193
03. Pescados y crustáceos	1.688	1.665	1.796	1.909
04. Leche y productos lácteos; huevos de ave, miel	702	707	709	893
05. Demás productos de origen animal	96	113	119	143
Sec. I: Animales vivos y productos de origen animal	4.490	4.784	5.045	5.406
06. Plantas vivas y productos de la floricultura	212	197	198	221
07. Legumbres, raíces, tubérculos	3.328	3.446	3.482	3.648
08. Frutos comestibles	4.286	4.335	4.591	4.771
09. Café, té, especias	130	166	169	192
10. Cereales	308	187	250	513
11. Productos molinería	161	165	138	149
12. Semillas	167	144	137	219
13. Gomas, resinas, ext. vegetales	120	159	162	164
14. Otros origen vegetal	7	7	8	9
Sec. II: Productos del reino vegetal	8.720	8.806	9.135	9.886
15. Grasas, aceites	1.944	1.899	2.131	2.251
Sec. II: Grasas y aceites	1.944	1.899	2.131	2.251
16. Preparaciones de carne, pescado, etc.	600	659	736	789,54
17. Azúcares, confitería	344	344	413	400
18. Cacao y sus preparaciones	222	242	233	281

19. Preparaciones de cereales	596	624	710	723
20. Preparaciones de legumbres, frutas, etc	1.570	1.545	1.691	1.861
21. Preparaciones alimenticias diversas	600	616	711	821
22. Bebidas, liquidos alcoholicos	2.114	2.182	2.341	2.563
23. Residuos industria alimentaria	305	364	387	424
24. Tabaco	169	191	173	181
Sec. III: Prod. Industria alimentaria, bebidas y tabaco	6.520	6.767	7.394	8.043
Total Industria alimentación y bebidas	13.108	13.492	23.704	25.587

Fuente: Aduanas e Impuestos Especiales

2. INVERSIONES EN EL EXTERIOR

Durante 2006 se registra un incremento sustancial en la inversión exterior de la industria de la alimentación y bebidas, casi multiplicándose por cinco la cifra alcanzada en 2005 y situándose en 1.271 millones de euros, lo que supone el 1,14% del total de la inversión exterior de la economía española y el 30,31%de la inversión exterior de la industria.

	TOTAL ECONOMÍA	TOTAL INDUSTRIA	ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS
2004	75057	2566	364
2005	57645	2198	286
2006	111574	4195	1271

Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

En cuanto al destino geográfico de esta inversión española en empresas foráneas de alimentación y bebidas, esta se concentra básicamente en los quince países miembros de la Unión Europea antes de la reciente ampliación (un 95,72% en 2005), seguidos de Latinoamérica con un 1,65%.

	2004	2005	2006
OCDE	87,68	62,09	96,89
EU-15	80,55	48,98	95,72
EU-25	82,55	48,98	95,74
AMÉRICA DEL NORTE	4,83	12,94	0,98
LATINOAMÉRICA	7,49	4,03	1,61
ASIA Y OCEANÍA	3,06	8,98	0,27
ÁFRICA	0,42	18,81	0,91
PARAÍSOS FISCALES	1,47	0,25	0,51

Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

3. PROMOCIÓN EXTERIOR

En todos los sectores industriales se ha producido un importante proceso de apertura de las empresas españolas. La industria de la alimentación no ha sido ajena al mismo y ha participado muy activamente en la salida a los mercados exteriores de sus empresas. Así las exportaciones del sector alimentario han aumentado más de un 50% en los últimos cinco años, proceso que se venido acompañando de una inversión promocional cada vez más importante por parte de las empresas del sector, así como de distintas administraciones nacionales y regionales.

La labor de las instituciones tanto privadas (FIAB y sus Asociaciones) como públicas (Instituto Español de Comercio Exterior, organismos de promoción de Comunidades Autónomas, MAPA y otros), así como de las Cámaras de Comercio, ha servido no solo para apoyar a las empresas del sector en sus esfuerzos sino además para sensibilizarlas con respecto a la importancia de los mercados exteriores en su estrategia empresarial.

.Otro aspecto que está cobrando cada vez más importancia dentro de la internacionalización de la empresa alimentaría es la necesidad de articular estrategias que vayan más allá de la exportación de producto a través de la inversión y la cooperación empresarial. Sin duda este aspecto, todavía limitado a un número reducido de empresas en el sector alimentario, cobrará una mayor importancia en un futuro próximo.

Como organismos implicados en la promoción exterior de productos agroalimentarios destacan:

- Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

Es el organismo encargado de fomentar la internacionalización de las empresas españolas. El ICEX es un ente público con personalidad jurídica propia, adscrito a la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio del Ministerio de Economía por Real Decreto Ley 6/82 de 2 de abril, que cuenta con sus propios recursos financieros, materiales y humanos.

Presta su asistencia a la empresa española con el fin de fomentar sus exportaciones y su implantación exterior. Los sectores articulados por ICEX, considerados el instrumento tradicional de la promoción exterior alimentaria, se han visto acompañados por otras acciones que han servido para complementar los anteriores y poder dar apoyo promocional a un número mayor de empresas del sector. Cabe destacar en este sentido los pabellones de España organizados por diversas instituciones en ferias internacionales, las misiones inversas de compradores y periodistas, las acciones en punto de venta, Jornadas y degustaciones de producto o el programa PIPE de apoyo a nuevos exportadores como algunas de las iniciativas que mayor seguimiento por parte de las empresas del sector han recibido en los últimos años. También los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados (PIDM), Foros de Inversiones y cooperación empresarial, Encuentros empresariales, Programas cofinanciados don la Unión Europea y la formación de profesionales para las empresas.

Para el desarrollo de su actividad utiliza la red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el exterior y la de Direcciones Regionales y Territoriales de Comercio en España.

- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

El MAPA, a través de la Subdirección General de Promoción de Productos Agroalimentarios, desarrolla también acciones de promoción exterior y participa como intermediario frente a la Comisión en proyectos europeos.

- Cámaras de Comercio, Industria y Navegación

Las Cámaras son la primera institución, después de la Administración central, que más recursos dedica a fomentar la internacionalización de las empresas y ofrecer apoyo logístico en las acciones exportadoras. El Plan Cameral de Exportaciones recoge todas las acciones que realizan las Cámaras para promover la internacionalización y en las que participan anualmente más de 14.000 empresas españolas. Más de 800 acciones de promoción directa en 124 países, 500 cursos de formación, 9000 actividad de asesoramiento y casi 40 Comités Bilaterales de Cooperación Empresarial son algunos de los instrumentos que las Cámaras ponen a disposición de las empresas que quieren abrirse a nuevos mercados.

- Organismos y Oficinas de Promoción Exterior de las CC.AA.

La mayoría de las CC.AA. han creado sus propios organismos de promoción exterior que tienen en muchos casos oficinas propias en el extranjero, organizan participación en ferias internacionales, promociones en punto de venta, tienen programas de becas para la formación de técnicos en comercio exterior y en general desarrollan actividades de apoyo a la internacionalización de sus empresas. Por citar algunas, las que tienen mayor presencia en los mercados exteriores son: ARAEX (Aragón Exterior), EXTENDA (Agencia Andaluza de Promocion Exterior), IVEX (Instituto Valenciano de Exportación), EXCAL (Exportadora de Castilla y León), INFO (Instituto de Fomento de la Región de Murcia), ANAEX (Asociación Navarra de Empresas Exportadoras), IDEPA (Instituto de Desarrollo del Principado de Asturias), FOMENTO DE MERCADOS (Extremadura), PRODECA (Cataluña), SODERCAN (Sociedad para el

Desarrollo Regional de Cantabria) IPEX (Instituto de Promocion Exterior de Castilla La Mancha), PROEXCA (Promotora de Exportaciones de Canarias), ADER (Agencia de desarrollo Económico de la Rioja), IGAPE(Instituto Gallego de Promoción Económica), IMADE(Instituto Madrileño de Desarrollo), .

- FIAB y sus Asociaciones

El plan de actuaciones de FIAB en el ámbito de promoción exterior se basa en una serie de actuaciones con el objetivo de asentar e impulsar la creciente internacionalización de las empresas españolas dentro del sector. La estrategia de FIAB en el ámbito de promoción exterior se basa en la segmentación de actuaciones en función principalmente de los mercados y de los canales de distribución donde se pretende actuar. Además, otro de los objetivos fundamentales de FIAB es la coordinación de las actuaciones que se llevan a cabo por parte de los distintos agentes activos en la promoción exterior públicos y privados (ICEX, Ministerio de Medioambiente Rural y Marino, asociaciones sectoriales, organismos de promoción y Comunidades Autónomas, Cámaras de Comercio…) por lo que desde FIAB se ha venido impulsando el Comité de Coordinación de Promoción Agroalimentaria que lleva funcionando los últimos seis años.

Con este objetivo, en el año 2007 se puso en marcha el llamado Plan China, un Convenio de Colaboración suscrito por ICEX, MAPA, FIAB y los Organismos de promoción de diecisiete CC.AA (Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco, Navarra, La Rioja, Aragón, Cataluña, Islas Baleares, Valencia, Murcia, Andalucía, Canarias, Extremadura, Castilla y León, Castilla-La Mancha y Madrid), así como el Consejo Superior de Cámaras de Comercio y la Confederación de Cooperativas Agrarias.

El Plan China es un Plan de Promoción de Productos Agroalimentarios en Chinade 3 años de duración cuya finalidad es aumentar la oferta exportadora alimentaría a China, y que está plasmado en un convenio de colaboración firmado por todos los actores implicados en la promoción de agroalimentarios en el exterior: FIAB, ICEX, MAPA, CC.AA., el Consejo Superior de Cámaras de Comercio y la Confederación de Cooperativas Agrarias de España. Este es el segundo año del plan que se inició en 2007, y que está enmarcado en el halo de éxito cosechado durante el pasado año, y destaca por la inclusión en el plan de Hong Kong y Ma

Por otra parte algunas asociaciones miembros de FIAB tienen una amplia experiencia de apoyo a la internacionalización de sus empresas y desarrollan diversas actividades: ASOLIVA, FEAD, FEDEJEREZ, FEV, ANFACO, ASEMESA, CONFECARNE, FNACV, CERVECEROS DE ESPAÑA…

- Comisión Europea

La Comisión Europea tiene un protagonismo cada vez mayor en la política de promoción de productos agroalimentarios. Al Reglamento (CE) nº 2826/2000 del Consejo de 19 de Dic. de 2000 sobre acciones de información y de promoción de los productos agrícolas en el mercado interior se suman los Reglamentos 2702/1999 del Consejo y el Reglamento.2879/2000 de la Comisión relativos a acciones, información y promoción a favor de productos agrícolas en terceros países. Ambos reglamentos está previsto que se vean fusionados en un nuevo reglamento del Consejo cuya propuesta definitiva está ya elaborada y que se prevé que se apruebe en breve.
Además la Comisión ha desarrollado diversos programas que fomentan la promoción de joint - ventures y la cooperación empresarial con empresas de otras áreas del mundo como, por su importancia y participación de empresas españolas, el Programa Al - Invest (Latinoamérica) o Asia - Invest (Asia)

IV. ORGANIZACIÓN DE LOS SECTORES

FIAB Y SUS ASOCIACIONES

La Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB) es la organización empresarial que aglutina hoy a la mayor parte de las empresas productoras de alimentos en nuestro país.

La actividad fundamental de esta organización es la de informar al sector alimentario de las novedades que pueden afectar a su funcionamiento, tanto presentes como posibles o futuras, y de representar los intereses de la industria alimentaria ante las diferentes administraciones y órganos de decisión, nacionales y comunitarios. Bajo estos dos principios, nuestra actividad se centra en las siguientes áreas: economía, laboral, fiscal, derecho alimentario, comercio y promoción exterior, formación, medio ambiente, innovación y desarrollo tecnológico, y comunicación.

La FIAB fue una de las primeras asociaciones sectoriales que se incorporó a la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE). Hasta la creación de la FIAB no existía una representación unitaria de las empresas alimentarias, ya que ésta se encontraba dispersa entre las diferentes asociaciones subsectoriales, que actualmente están integradas en la Federación.

La industria alimentaria depende cada vez en mayor medida de la regulación que surge de la Unión Europea. Por este motivo, FIAB constituyó ya en 1983 una delegación en Bruselas que representa nuestros intereses ante los organismos comunitarios. Asimismo, FIAB pertenece, como miembro de pleno derecho desde 1986, a la Confederación de Industrias Agroalimentarias de la CEE (CIAA), organización empresarial del sector de ámbito europeo

La FIAB tiene estructurado su trabajo en siete departamentos coordinados por la Secretaría General: Departamento de Relaciones Internacionales, Dpto. Promoción Exterior, Dpto. de Derecho Alimentario, Departamento Técnico, Innovación y Tecnología, Dpto. Formación, y Dpto. Comunicación.

ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIALES ENVASADORES Y REFINADORES DE ACEITES COMESTIBLES
C/ José Abascal, nº. 40 - 28003 Madrid
Tel: 91 446 88 12 - Fax: 91 445 14 94
E-mail: anierac@anierac.com
www.anierac.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE LA INDUSTRIA Y COMERCIO EXPORTADOR DE ACEITE DE OLIVA (ASOLIVA)
C/ José Abascal, 40 - 28003 MADRID
Tel: 91 446.88.12 Fax: 91 593.19.18
E-mail: asoliva@asoliva.es
www.asoliva.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EXTRACTORES DE ACEITE DE ORUJO (ANEO)
C/. Conde de Cifuentes, 4 - 1º - 41004 SEVILLA
Tfl.: 954 42.08.11 Fax: 954 42.66.59
e-mail: jgarciaabad@aseogra.es

ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS PARA EL FOMENTO DE OLEAGINOSAS NACIONAL Y SU EXTRACCION (AFOEX)
C/ Diego de León, 54 - 5º - 28006 MADRID
Tel: 91 563.10.33 Fax: 91 561.59.92
E-mail: afoex@afoex.es

ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES DE ACEITUNAS DE MESA (ASEMESA)
C/ Mesón del Moro, 1 - 41004 Sevilla
Tel: 954 22.94.85 Fax: 954 22.32.61
E-mail: asemesa@asemesa.es
www.asemesa.es

ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS DE AGUAS DE BEBIDA ENVASADAS (ANEABE)
C/ Serrano, 76 - 5º Dcha. - 28006 Madrid
Tel: 91 575.82.26 Fax: 91 578.18.16
E-mail: aneabe@aneabe.es
www.aneabe.com

ASOCIACIÓN GENERAL DE FABRICANTES DE AZUCAR (AGFAE)
C/ Manoteras, 46 - 28050 Madrid
Tel: 91 522.84.32 / 91 724.51.44 - Fax: 91 531.06.08
E-mail: agfae@sie.es
www.iedar.es

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS (FEBE)
C/ Argumosa, nº 2 - 2º Izda. - 28004 Madrid
Tel: 91 561 78 91 - Fax: 91 561 89 55
E-mail: bespirituosas@febe.es
www.febe.es

ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE BEBIDAS REFRESCANTES ANALCOHOLICAS (ANFABRA)
C/ Menéndez Pelayo, 81 - sót. 1º - 28007 Madrid
Tel: 91 552.62.75 Fax: 91 551.97.91
E-mail: anfabra@anfabra.es
www.anfabra.es

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEL CAFÉ
C/ Gral. Álvarez de Castro, 20 - 28010 Madrid
Tel: 91 448.82.12 Fax: 91 448.85.01
E-mail: fec@federacioncafe.com
www.federacioncafe.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE CALDOS Y SOPAS
C/ Mallorca, 286 - 08037 Barcelona
Tel: 93 207.25.16 Fax: 93 207.16.11
E-mail: caldosysopas@grupobonmacor.com

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE LA CARNE (CECARNE)
C/ Infanta Mercedes, 13 - 28020 Madrid
Tel: 91 571.68.55 Fax: 91 571.68.54
E-mail: asocarne@asocarne.com
www.asocarne.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE CEREALES EN COPOS O EXPANDIDOS (AEFCECOE)
C/ Valenzuela, nº 6 - 28014 Madrid
Tel: 91 523.79.90 - Fax: 91 523.79.91
E-mail: aefc@fcastellanos.es

CERVECEROS DE ESPAÑA
C/ Almagro, 24 - 2º Izda. - 28010 Madrid
Tel: 91 308.67.70 - Fax: 91 308.66.61
E-mail: info@cerveceros.org
www.cerveceros.org

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DE INDUSTRIAS DE TRANSFORMACIÓN Y COMERCIALIZADORES DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y DE LA ACUICULTURA (FEICOPESCA)
Apartado 258 - 36200 Vigo
Tel: 986 46.93.30 - Fax: 986 46.92.69
E-mail: anfaco@anfaco.es

FEDERACIÓN NACIONAL DE ASOCIACIONES DE LA INDUSTRIA DE CONSERVAS VEGETALES (FNACV)
C/ Princesa, 24 - 28008 Madrid
Tel: 91 547.57.14 Fax: 91 540.02.23
E-mail: fnacv01@fnacv.es
www.fnacv.es

AGRUPACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE CONSERVAS VEGETALES (AGRUCON)
C/ Castelló, 117 - Apartamento 550 - 28006 Madrid Tel: 91 561.61.71 - Fax: 91 561.59.01 E-mail: agrucon@pnyxsl.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE VEGETALES CONGELADOS (ASEVEC)
C/ Zurbano, 34 - 5º - 28010 Madrid
Tel: 91 310.70.80 - Fax: 91 308.44.55
E-mail: asevec@infonegocio.com

ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE PRODUCTOS DIETETICA INFANTIL (ANDI)
c/ Doctor Piga, nº 11 - 4º D - 28012 Madrid
Tel.: 91 530 18 01; Fax:91 530 18 01
e-mail: mgarcia.andi@telefonica.net

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE PREPARADOS ALIMENTICIOS ESPECIALES, DIETETICOS Y PLANTAS MEDICINALES (AFEPADI)
C/ Aragón, 208-210 - 08011 Barcelona
Tel: 93 454.87.25 Fax: 93 451.31.55
E-mail: afepadi@afepadi.org
www.afepadi.org

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DEL DULCE (FEAD)
C/ Mallorca, 286 - 08037 Barcelona Tel: 93 207.25.16 - Fax: 93 207.16.11
fead@grupobonmacor.com
www.fead.es
Engloba a:

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE CARAMELOS Y CHICLES (CAYCHI)
caychi@grupobonmacor.com
www.lavidaesdulce.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO (CHOCAO)
chocao@grupobonmacor.com

ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE FABRICANTES DE GALLETAS DE ESPAÑA (APROGA)
aproga@grupobonmacor.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PANIFICACIÓN Y PASTELERÍA DE MARCA (PPM)
ppm@grupobonmacor.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE TURRONES Y MAZAPANES (TUMA)
tuma@grupobonmacor.com

ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE HARINAS Y SÉMOLAS DE ESPAÑA (AFHSE)
C/ Ayala, 13 - 1º Izda. - 28001 Madrid
Tel: 91 575.40.04 Fax: 91 576.29.44
E-mail: afhse@afhse.com
www.afhse.es

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE HELADOS (AEFH)
C/ Mallorca, 286 - 08037 Barcelona
Tel: 93 207.25.16 - Fax: 93 207.16.11
E-mail: helados@grupobonmacor.com
www.aefhelados.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA ENVASADORES DE INFUSIONES DE TÉ Y HERBORISTERIA
C/ Mallorca, 286 - 08037 Barcelona
Tel: 93 207.25.16 Fax: 93 207.16.11
E-mail: infusionesyte@grupobonmacor.com

ASOCIACION ESPAÑOLA DE PRODUCTORES DE HUEVOS (ASEPRHU)
C/ Juan Montalvo, 5 - 1º 28004 MADRID
Tel: 91 533.19.69 - Fax: 91 456.05.32
E-mail: aseprhu@aseprhu.es
www.aseprhu.es

ASOCIACIÓN DE TRANSFORMADORES DE MAIZ POR VIA HUMEDA (HUMAIZ)
C/ San Sierra Morena, 20 - 28691 VILLANUEVA DE LA CAÑADA (Madrid)
Tel: 91 711.45.99 Fax: 91 711.45.99
E-mail: humaiz@abreg.e.telefonica.net

FEDERACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS LÁCTEAS (FENIL) (Asociación nacional de industriales de leche líquida y derivados lácteos de larga duración; asociación nacional de fabricantes de leches concentradas, en polvo y mantequilla; asociación nacional de fabricantes de quesos; asociación española de fabricantes de yogur y postres lácteos frescos)
C/ Ayala, 10 - 28001 Madrid
Tel: 91 576.21.00 - Fax: 91 576.21.17
E-mail: info@fenil.org - www.fenil.org

ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE ELABORACION DE PRODUCTOS DEL MAR (PRODMAR)
C/ Alcalá, 76 - 28009 Madrid
Tel: 91 435.20.81
Fax: 91 578.12.60
E-mail: prodmar@fiab.es

ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE LA MIEL Y PRODUCTOS APÍCOLAS (ANIMPA)
C/ Mallorca, 286 - 08037 Barcelona
Tel.: 93 207.25.16 - Fax: 93 207.16.11
E-mail: animpa@grupobonmacor.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE PASTAS ALIMENTICIAS (AEFPA)
C/ Mallorca, 286 - 08037 Barcelona
Tel: 93 207.25.16 Fax: 93 207.16.11
E-mail: aefpa@grupobonmacor.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE PLATOS PREPARADOS
C/ Zurbano, 34 - 5º Dcha. - 28010 Madrid
Tel:91 310.70.80 Fax:91 308.44.55
E-mail: aaguilar@bemmabogados.com

ASOCIACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL CACAO
NATRA - Autovía A3 - Salida 343 - Cami de Torrent, s/n - 46930 QUART DE POBLET - Valencia
Tel: 96 394 28 26/606 414388 - Fax: 96 192 04 53
E-mail: escuder.escuder@telefonica.net

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE ALIMENTOS COMPUESTOS PARA ANIMALES (CESFAC)
C/ Diego de León, 54 - Esc. B - 5º. Dcha. - 28006 Madrid
Tel: 91 563.34.13 - Fax: 91 561.59.92
E-mail: cesfac@cesfac.com
www.cesfac.com

ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE ALIMENTOS PARA ANIMALES DE COMPAÑÍA (ANFAAC)
C/ San Agustín, 15 - 1ºD. - 28014 Madrid
Tel: 91 369.21.34 - Fax: 91 369.39.67
E-mail: anfaac@anfaac.com
www.anfaac.com

ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL DE LA AVICULTURA DE CARNE DE POLLO DEL REINO DE ESPAÑA (PROPOLLO)
C/ Diego de León, 33 - 28006 Madrid
Tel: 91 562.42.93 Fax: 91 562.32.31
E-mail: propollo@propollo.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE SALSAS, CONDIMENTOS PREPARADOS Y SIMILARES
C/ Mallorca, 286 - 08037 BARCELONA
Tel: 93 207.25.16 Fax: 93 207.16.11
E-mail: salsas@grupobonmacor.com
www.fabricantesdesalsas.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE SIDRAS (AESI)
C/ Avilés, 4 - 5º -33207 Gijón
Tel: 98 534.77.42 Fax: 98 534.77.42
E-mail: aesi@telecable.es

FEDERACIÓN DE BODEGAS DEL MARCO DE JEREZ (FEDEJEREZ)
Avda. Alcalde Álvaro Domecq, 6 - 2º Dcha. 11405 Jeréz de la Frontera - Cádiz
Tel: 956 34.10.46 Fax: 956 34.60.81
E-mail: fedejerez@fedejerez.com
www.fedejerez.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ELABORADORES Y DISTRIBUIDORES DE VERMOUTHS, BITTER SODA Y APERITIVOS VINICOS
C/ Padilla, nº. 38 - bajos - 28006 Madrid
Tel: 91 576.27.26 - Fax: 91 575.11.14
E-mail: anev@fev.es
www.fev.es

ASOCIACIÓN EMPRESARIAL DE BODEGAS DE VINOS DE ESPAÑA (AVIMES)

C/ Enrique Larreta, 9 - 4ºA - 28036 Madrid
Tel: 91 323.11.55 - Fax: 91 323.29.73
E-mail: avimes@avimesvinospain.com
www.vinosdelatierra.com
www.avimesvinosdemesa.com

ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE ZUMOS (ASOZUMOS)

C/Princesa, 24 - 28008 Madrid
Tel: 91 559.24.52 - Fax: 91 559.66.49
E-mail: asozumos@asozumos.org

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ELABORADORES DE PLATOS REFRIGERADOS

C/. Mallorca, 286 - 08037 Barcelona
Tel.: 93 207.25.16
Fax: 93 207.16.11

ASOCIACIONES ADHERIDAS

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FRAGANCIAS Y AROMAS ALIMENTARIOS (AEFAA)

Pº de la Castellana, 159 - 1º.A - 28046 Madrid
Tel: 91 571.16.40 Fax: 91 571.61.63
E-mail: aefaa@aefaa.com
www.aefaa.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE MARGARINA (AEFMA)

C/ Castelló, 117 - Apartamento 550 - 28006 Madrid
Tel: 91 561.61.71 - Fax: 91 561.59.01
E-mail: aefma@pnyxsl.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE MASAS CONGELADAS (ASEMAC)
C/ Diego de León, 54 - 28006 Madrid
Tel: 91 563.58.60 - Fax: 91 561.59.92
E-mail: asemac@cesfac.es

ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE MATERIAS PRIMAS Y MEJORANTES PARA PANADERIA, PASTELERIA Y HELADERIA (ASPRIME)
C/ Mallorca, 286 - 08037 Barcelona
Tel: 93 207.25.16 - Fax: 93 207.16.11
E-mail: asprime@grupobonmacor.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES DE PRODUCTOS DE NUTRICIÓN ENTERAL (AENE)
C/ Doctor Piga, 11 - 4º D - 28012 Madrid
Tel.: 91 530 18 01 - Fax: 91 530 18 01
E-mail: mgarcia.andi@telefonica.net

ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE PATATAS FRITAS Y PRODUCTOS DE APERITIVO (AEPA)
C/ Mallorca, 286 - 08037 Barcelona
Tel: 93 207.25.16 - Fax: 93 207.16.11
E-mail: aepa@grupobonmacor.com

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE COMIDAS PREPARADAS PARA SU VENTA A DOMICILIO (PRODELIVERY)
C/ Mallorca, 286 - 08037 Barcelona
Tel: 93 207.25.16 - Fax: 93 207.16.11
E-mail: prodelivery@grupobonmacor.com

V. ANEXOS

A) RANKING DE EMPRESAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

Las veinte empresas líderes en alimentación perecedera son las siguientes (facturación en millones de Euros):

RANKING DE EMPRESAS Y GRUPOS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN PERECEDERA, SEGÚN SU CIFRA DE FACTURACIÓN (M. ¤)

Nº	EMPRESA	POBLACIÓN	SECTOR	VENTAS-05	VENTAS-06	%06%05
1	NESTLÉ ESPAÑA, S.A (GRUPO)	ESPLUGUES DE LLOBREGAT (B)	LACTEOS/HELADOS/CONG.	1.767,00	1.852,00	4,8
2	DANONE, S.A.	BARCELONA	LÁCTEOS	1.132,10	1.170,00	3,3
3	PESCANOVA , S.A. (GRUPO)	CHAPELA (PO)	CONGELADOS	999,90	1.133,11	13,4
4	GRUPO LECHE PASCUAL, S.A.	MADRID	LÁCTEOS	877,25	900,00	2,6
5	COOP. ORENSANAS (COREN)	S. CRUZ DE ARRABALDO (OU)	PIENSOS COMPUESTOS	841,00	866,00	3,0
6	CAMPOFRIO ALIMENT, S.A. (GRUPO)	ALCOBENDAS (M)	ELABORADOS CÁRNICOS	911,06	864,55	-5,1
7	CORP.ALIMENTARIA GUISSONA, S.A.	GUISSONA (LL)	ELABORADOS CÁRNICOS	761,00	841,98	10,6
8	GRUPO COORPORATIVO FUERTES, SL.	ALHAMA DE MURCIA (MU)	ELAB. CARNICOS/CONGELADOS	675,30	733,65	8,6
9	CORP.ALIMENTARIA PEÑASANTA, S.A. (CAPSA)	SIERO (AS)	LACTEOS	657,72	683,2	3,9
10	UNILEVER FOODS ESPAÑA, S.A.	LEIOA (BI)	HELADOS	561,28	569,53	1,4
11	VALL COMPANY GRUP	LLEIDA (LL)	CÁRNICOS	511,00	525,00	2,7
12	PULEVA FOOD, S.L.	GRANADA (GR)	LÁCTEOS	518,13	504,14	-2,7
13	CASA TARRADELLAS, S.A.	GURB (B)	ELABORADOS CARNICOS	424,60	470,00	10,7
14	GRUPO TGT	VILADECANS (B)	LÁCTEOS	450,00	470,00	4,4
15	GRUPO SADA P.A., S.A. (GRUPO)	TRES CANTOS (M)	AVÍCOLA DE CARNE	487,20	466,65	-4,2
16	COOP.ANECOOP.	VALENCIA (V)	HORTOFRUTÍCOLA	386,43	422,55	9,3
17	GRUPO LACTALIS IBERIA, S.A.	MADRID	LÁCTEOS	438,05	417,00	-4,8
18	MARTINEZ LORIENTE, S.A.	CHESTE (V)	CÁRNICOS	366,37	387,40	5,7
19	INCARLOPSA. -IND. CARN. LORIENTE PIQUERAS	TARANCON (CU)	ELABORADOS CÁRNICOS	288,24	350,00	21,4
20	KRAFT FOODS IBERIA	MADRID	QUESOS	330,98	350,00	5,7

Fuente: ALIMARKET

Las veinte empresas líderes en alimentación no perecedera son las siguientes (facturación en millones de Euros):

RANKING DE EMPRESAS Y GRUPOS DEL SECTOR DE ALIMENTACIÓN NO PERECEDERA, SEGÚN SU CIFRA DE FACTURACIÓN (M. ¤)

Nº	EMPRESA	POBLACIÓN	SECTOR	VENTAS-05	VENTAS-06	%06%05
1	EBRO PULVE, S.A.	MADRID	AZÚCAR, ARROZ, PASTAS	2.128,96	2.448,79	15,00
2	NESTLÉ ESPAÑA, S.A (GRUPO)	ESPLUGUES DE LLOBREGAT (B)	PRODUCTOS ALIMENTARIOS	1.767,00	1.852,00	4,80
3	SOS CUETARA, S.A. (GRUPO)	RIVAS VACIAMADRID (M)	ACEITES, ARROZ, GALLETAS	1.254,93	1.471,52	17,30
4	BUNGE IBERICA, S.A.	SANT JUST DESVERN (B)	ACEITES VEG. COMESTIBLES	1.115,91	1.115,44	0,00
5	GRUPO KRAFT FOODS IBERIA	MADRID	PRODUCTOS ALIMENTARIOS		720,00	0,00
6	CORPORACIÓN AGROLIMEN, S.A.	BARCELONA	PRODUCTOS ALIMENTARIOS	854,76	717,06	-16,10
7	GRUPO BORGES	REUS (T)	FRUTOS SECOS Y ACEITES	630,00	709,00	12,50
8	PANRICO, S.L.	ESPLUGUES DE LLOBREGAT (B)	PASTELERIA Y PANADERIA	581,28	626,77	7,80
9	UNILEVER FOODS ESPAÑA, S.A.	LEIOA (B)	PRODUCTOS ALIMENTARIOS	561,28	569,53	1,40
10	GRUPO BIMBO (SARA LEE BAKERY GROUP)	BARCELONA	PASTELERIA Y PANADERIA	422,85	440,00	4,10
11	MIGUEL GALLEGO, S.A. (MIGASA)	DOS HERMANAS (SE)	ACEITES VEG. COMESTIBLES	465,98	400,00	8,30
12	SOVENA IBERICA DE ACEITE, S.A.	BRENES (SE)	ACEITES VEG. COMESTIBLES	361,83	367,37	1,50
13	NUTREXPA (GRUPO)	BARCELONA	PRODUCTOS ALIMENTARIOS	346,42	358,26	3,40
14	COOP. HOJIBLANCA	ANTEQUERA (MA)	ACEITES VEG. COMESTIBLES	214,32	356,49	6,30
15	LUIS CALVO SANZ, S.A. (GRUPO)	CABALLO (C.)	CONSERVAS DE PESCADOS	337,74	353,28	4,60
16	SNACK VENTURES, S.A.	BARCELONA	SNACKS Y PROD. APERITIVO	343,44	350,00	1,90
17	JELASA RIANXEIRA, S.A.	BOIRO (C.)	CONSERVAS DE PESCADOS	315,00	322,00	2,20
18	ACEITES DEL SUR-COOSUR, S.A. (GRUPO)	DOS HERMANAS (SE)	ACEITES VEG. COMESTIBLES	250,00	300,00	0,00
19	NATRA, S.A. (GRUPO)	QUART DE POBLET (V)	CHOCOLATES Y CACAOS	241,39	292,88	1,30
20	HARINERA VILAFRANQUINA, S.A.	VILAFRANCA DEL PENEDES (B)	HARINAS	220,94	236,00	4,20

Fuente: ALIMARKET

Las veinte empresas líderes en alimentación bebidas son las siguientes (facturación en millones de Euros):

RANKING DE EMPRESAS Y GRUPOS DEL SECTOR DE BEBIDAS SEGÚN SU CIFRA DE FACTURACIÓN (M. ¤)

Nº	EMPRESA	POBLACIÓN		VENTAS-05	VENTAS-06	%06%05
1	COCA-COLA ESPAÑA	MADRID		2.800,00	3.000,00	7,1
2	GRUPO HEINEKEN	SEVILLA		1.000,70	1.071,72	7,1
3	GRUPO MAHOU-SAN MIGUEL-ALHAMBRA	MADRID		970,20	1.012,20	4,3
4	PERNOD RICARD ESPAÑA, S.A.	MADRID		429,07	768,41	79,1
5	S.A.DAMM (GRUPO)	BARCELONA		626,70	682,34	8,9
6	GRUPO DIAGEO	POZUELO DE ALARCON (M)		562,43	557,98	-0,8
7	CIA. BEBIDAS PEPSICO, S.L. (GRUPO)	VITORIA-GASTEIZ		498,11	520,00	4,4
8	J. GARCIA CARRIÓN, S.A.	JUMILLA (MU)		402,57	450,00	11,8
9	FREIXENET, S.A. (GRUPO)	SANT SADURNI D'ANOIA (B)		362,40	363,00	0,2
10	BACARDI ESPAÑA, S.A.	MOLLET DEL VALLÉS (B)		340,00	340,00	
11	MAXXIUM-BEAM GLOBAL	MADRID		320,00	332,00	3,8
12	AGUAS FONT VELLA Y LANJARÓN, S.A.	BARCELONA		292,03	324,80	11,2
13	SCHWEPPES, S.A. (GRUPO)	MADRID		314,96	323,00	2,6
14	GRUPO NESTLÉ	BARCELONA		290,00	310,00	6,9
15	GRUPO OSBORNE, S.A.	EL PUERTO DE SANTA MARIA		313,00	283,00	-9,6
16	GRUPO PASCUAL	MADRID		220,00	245,00	11,4
17	ARCO BODEGAS UNIDAS, S.A. (GRUPO)	MADRID		179,00	225,00	25,7
18	CODORNIÚ, S.A. (GRUPO)	BARCELONA		208,45	201,00	-3,6
19	MIGUEL TORRES, S.A. (GRUPO)	VILLAFRANCA DEL PENEDÉS (B)		150,28	159,98	6,5
20	SEDA SOLUBLES, S.L.	PALENCIA		73,30	153,00	108,7

Fuente: ALIMARKET

B) RANKING DE EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN

RÁNKING DE EMPRESAS DE DISTRIBUCION CON BASE ALIMENTARIA

Nº	EMPRESA	VENTAS-06	VENTAS-05	DIFERENCIA	%
1	MERCADONA	11.286,25	9.601,59	1.684,66	17,55
2	CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A.	9.133,30	9.071,00	62,30	0,69
3	GRUPO EROSKI	5.945,76	5.477,97	467,79	8,54
4	ALCAMPO, S.A. (GRUPO)	3.741,00	3.616,00	125,00	3,46
5	DIA, S.A	3.564,60	3.384,00	180,60	5,34
6	HIPERCOR, S.A.	3.520,00	3.250,00	270,00	8,31
7	CAPABRO	2.194,00	2.400,00	-206,00	-8,58
8	DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L. (GRUPO)	1.958,37	1.971,00	-12,63	-0,64
9	LIDL SUPERMERCADOS, S.A.U.	1.900,00	1.700,00	200,00	11,76
10	MAKRO AUTOSERVICIO MAYORISTA, S.A.	1.371,00	1.281,00	90,00	7,03
11	AHORRAMÁS	1.121,00	982,00	139,00	14,15
12	MIQUEL ALIMENTACIO GRUP, S.A.	1.045,00	836,00	209,00	25,00
13	SUPERMERCADOS SABECO, S.A.	995	930,00	65,00	6,99
14	CONSUM SOC. COOP.	980	819,15	160,85	19,64
15	GADISA (GRUPO)	792,91	849,50	-56,59	-6,66
16	EL CORTE INGLÉS, S.A. (SUPERMERCADOS)	785	730,00	55,00	7,53
17	GRUPO EL ÁRBOL DISTRIB.Y SUPERM., S.A.	713,39	683,80	29,59	4,33
18	CONDIS SUPERMERCATS, S.A. (GRUPO)	650,5	603,47	47,03	7,79
19	UNIDE, S. COOP.	541,59	524,75	16,84	3,21
20	PLUS SUPERMERCADOS, S.A.	495	507,00	-12,00	-2,37

Fuente: ALIMARKET

PÁGINAS WEB DE OFICINAS DE PROMOCIÓN EXTERIOR DE LAS CC.AA.

EXTENDA (Agencia Andaluza de Promoción Exterior)
http://www.extenda.es

ARAGÓN EXTERIOR
http://www.aragonexterior.es

PRODECA (Promotora de Exportaciones Catalanas)
http://www.gencat.net

PROEXCA (Promotora de Exportaciones Canarias)
http://www.proexca.es

IPEX (Instituto de Promoción Exterior de Castilla La Mancha)
http://www.ipex.jccm.es

IDEPA (Instituto Desarrollo Económico Principado de Asturias)
http://www.igape.es

IGAPE (Instituto Galego de Promoción Económica)
http://www.igape.es

INFO (Instituto de Fomento de la Región de Murcia)
http://www.ifrm-murcia.es

ADE Internacional EXCAL (Exportaciones de Castilla y Leon)
http://www.excal.es

PROMOMADRID (Desarrollo Internacional de Madrid)
http://www.promomadrid.com

IVEX (Instituto Valenciano de la Exportación)
http://www.ivex.es

FOMENTO EXTREMEÑO DE MERCADO EXTERIOR
http://www.fomentomercados.com

ORGANISMOS PÚBLICOS ESPAÑOLES

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
http://www.mcx.es

Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino
http://www.mapa.es
http://www.alimentacion.es

Agencia Española de Seguridad Alimentaria
http://www.aesa.msc.es

Instituto Español de Comercio Exterior
http://www.icex.es

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
http://www.mapya.es

Ministerio de Sanidad y Consumo
http://www.msc.es/

Confederación Española de Organizaciones Empresariales
http://www.ceoe.es

Confederación de Cooperativas Agrarias de España
http://www.ccae.es/

ORGANISMOS EUROPEOS

UE: Unión Europea
http://europa.eu.int/

Confederación de Industrias Agroalimentarias de la UE
http://www.ciaa.be

Eurostat
http://www.europa.eu.int/eurostat

OTROS

Cámaras de comercio
http://www.camaras.org

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN
aecid

FIAB
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE LA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

Diego de León, 44. 2°
28006 Madrid (Spain)
Phone +34 914 117 294
Fax +34 914 117 344
promocion@fiab.es
www.fiab.es