



U n a   a p r o x i m a c i ó n   a   l a  
Industria Española  
de la  
Alimentación y Bebidas

**FLAB**

FEDERACION ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS  
DE LA ALIMENTACION Y BEBIDAS

MADRID, SEPTIEMBRE DE 2001

**INDICE****I- OBJETIVOS DEL INFORME · 4****II- LA INDUSTRIA ALIMENTARIA ESPAÑOLA:  
principales características y elementos más significativos. · 5****A) PRINCIPALES MAGNITUDES MACRO ECONÓMICAS · 6****B) LOS PRINCIPALES SUBSECTORES ALIMENTARIOS EN ESPAÑA · 8****1. Sector Cárnico. Carne y Productos Cárnicos · 8****2. Vinos, Cervezas, Bebidas Espirituosas. · 9**

- Vinos · 9
- Cervezas · 11
- Bebidas Espirituosas · 12

**3. Productos Lácteos, Quesos y Huevos · 13****4. Aceite y Aceitunas · 15**

- Aceite de Oliva · 15
- Aceitunas · 16
- Aceite de Semillas Oleaginosas · 17

**5. Transformados de Frutas y Hortalizas · 18****6. Dulces · 20****7. Alimentación Animal · 21****8. Aguas y Bebidas Analcohólicas · 23**

- Aguas Envasadas · 23
- Bebidas Refrescantes · 23
- Zumos · 24

**9. Transformados de Pescado · 25****C) LA INDUSTRIA ESPAÑOLA EN EL CONTEXTO DE LA UE · 26****D) ÁREAS PRIORITARIAS PARA LA INDUSTRIA  
ALIMENTARIA ESPAÑOLA · 28****1. Seguridad, Calidad, Normas ISO, HACCP · 28****2. Denominaciones de Calidad, D.O.P. IGP, ETG · 29****3. Medio Ambiente · 30****4. Formación · 32****5. I+D+I (Investigación y Desarrollo e Innovación) · 32**

**III- EL COMERCIO ALIMENTARIO · 34****A) MERCADO NACIONAL · 35****1. Consumo Alimentario · 35****2. Análisis del Mercado de la Distribución · 36****B) COMERCIO EXTERIOR · 38****1. Balanza Comercial · 38****2. Proyección Internacional. Exportación – Inversión · 40****3. Promoción · 41****IV- ORGANIZACIÓN DE LOS SECTORES. · 44****V- ANEXOS · 48****RANKING DE EMPRESAS DE ALIMENTACIÓN · 48****RANKING DE EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN · 49****DIRECCIONES ÚTILES · 50**

**I- OBJETIVOS DEL INFORME**

El presente informe pretende servir de instrumento de presentación de la industria española de la alimentación y bebidas. Con este fin ofrecemos los datos más significativos del sector de manera que reflejen la importancia que tiene su industria para la economía y la sociedad española y los importantes esfuerzos que se han llevado a cabo en todos los órdenes – comercial, tecnológico, medioambiental, de seguridad etc.- para hacer de la misma un referente a nivel europeo.

Desde la Federación Española de Alimentación y Bebidas llevamos 25 años impulsando y apoyando el desarrollo del sector y su adaptación a las nuevas demandas de del mercado y de la sociedad en comunicación permanente con nuestras empresas y las asociaciones que las representan.

Dar a conocer esta realidad y acercarla a todos aquellos interesados es precisamente nuestro objetivo.

Estamos a su entera disposición para informarles y atender las consultas que deseen formular sobre nuestra industria y todo lo relacionado con ella.

*Arturo Gil Pérez Andújar*  
*Presidente de FIAB*

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

## A) PRINCIPALES MAGNITUDES MACRO ECONÓMICAS

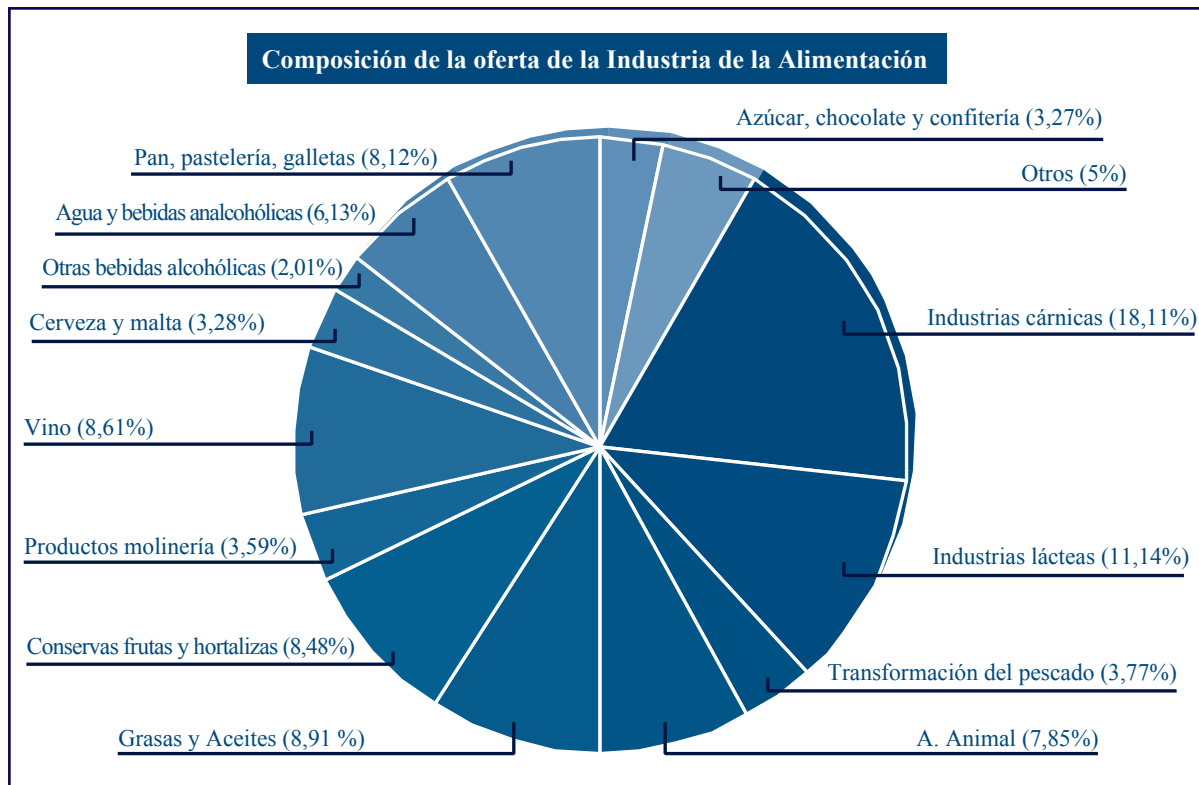
La industria de productos alimentarios y de bebidas en la UE es la rama de actividad más importante de la industria manufacturera en términos de valor de la producción y una de las más importantes en valor añadido, situándose España en una posición relevante: la industria agroalimentaria española ocupa hoy por valor añadido el **cuarto puesto** y el **quinto** por facturación en la **Europa de los 15**.

Las empresas de alimentación y bebidas, con el 20% del total de la producción industrial y el 70% del consumo de la producción agrícola nacional, constituyen el **primer sector de la industria manufacturera en España**, aportan el 15% del valor añadido y emplean al 17% de la mano de obra, alrededor de los 370.000 puestos de trabajo. **Las exportaciones** han alcanzado en el **año 2.000** la cifra de. 10.613 millones de euros (9.689 millones USD) mientras que las **importaciones** llegan a la cifra de 13.219 millones de euros, (12.069 millones USD).

El **índice de producción** de la industria alimentaria española (IPIA) creció entre 1995 y 1999 un 8,8% lo que representa una tasa media anual del 2,2%. Estas cifras dan una idea de la importancia de una industria que, tras su integración en la Unión Europea casi ha triplicado las **inversiones** en su desarrollo, habiéndose ejecutado en 1999 un crédito presupuestario de 59,7 millones de euros (52,3 millones de USD) en concepto de apoyo para inversiones en la industria alimentaria.

Así pues, el sector alimentario es un elemento fundamental dentro de la economía española, generador de empleo y riqueza. Entre 1995-1999 ha aumentado el **empleo** en el sector en 10.350 puestos de trabajo (más del 2,9%) y las **ventas netas** ascienden a 53.491 millones de euros (46.842 millones USD) habiendo aumentado en el citado periodo en más de 6.010 millones de euros (5.263 millones USD).

Durante los últimos años tanto en la industria como en la distribución se ha producido un acelerado proceso de concentración mucho más acentuado en esta última, atenuándose el elevado grado de atomización que los sigue caracterizando. Con relación al tamaño de las empresas vemos que la gran mayoría son pequeñas ( un 96,7%, menos de 50 empleados), el 2,5% son medianas (entre 50 y 200 empleados) y el 0,7% restante son grandes. Las 100 primeras empresas de alimentación perecedera concentran el 42,78% de la facturación, llegando esta cifra al 60% en el caso de las empresas de alimentación no perecedera.



**PARTICIPACIÓN DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN EL  
CONJUNTO DE LA INDUSTRIA ESPAÑOLA (%)**

INDICADORES	TOTAL INDUSTRIA	TOTAL IND. ALIMENTARIA	%
PERSONAS OCUPADAS	84,34	15,66	18,57
VENTAS NETAS DE PRODUCTOS	80,13	19,87	24,8
CONSUMO MATERIA PRIMAS	73,85	26,15	35,41
GASTOS DE PERSONAL	86,79	13,21	15,22
INVERSIONES EN ACTIVOS MATERIALES	87,35	12,65	14,48

**PRINCIPALES INDICADORES DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA POR SUBSECTORES  
(31 de Diciembre de 1999)**

Sectores	Ventas netas producto		Gastos materias primas		Personas ocupadas		Gastos de personal		Invers. activos material		Valor añadido	
	Millones euros.	%	Millones euros.	%	Millones euros.	%	Millones euros.	%	Millones euros.	%	Millones euros.	%
Industrias Cárnicas	9.944,21	18,11	6.752,28	21,2	391,1	17,29	1.162,63	15,74	356,46	13,61	1.904,16	14,05
Transformación de Pescado	2.071,83	3,77	1.220,98	3,83	102,9	5,08	281,56	3,81	78,56	3	445,28	3,28
Conservas de Frutas y Hortalizas	4.656,83	8,48	2.625,94	8,25	226,69	10,02	649,1	8,79	253,68	9,69	1.060,25	7,82
Grasas y Aceites	4.894,34	8,91	4.416,81	13,87	78,93	3,49	269,99	3,65	233,7	8,92	532,57	3,93
Industrias Lácteas	6.119,04	11,14	3.133,64	9,84	166,75	7,37	712,58	9,64	271,69	10,37	1.358,52	10,02
Productos Molinería	1.969,27	3,59	1.372,66	4,31	44,3	1,96	172,21	2,33	77,01	2,94	362,6	2,68
Productos de alimentación animal	4.312,00	7,85	3.255,74	10,22	74,56	3,3	295,84	4	125,3	4,78	579,41	4,27
Pan, Pastelería y Galletas	4.456,54	8,12	1.558,69	4,89	634,62	28,06	1.420,58	19,23	201,02	7,67	2.027,42	14,96
Azúcar	945,13	1,72	456,75	1,43	17,62	0,78	95,38	1,29	57,01	2,18	298,67	2,2
Cacao y Chocolate	1.738,66	3,17	780,24	2,45	97,65	4,32	331,06	4,48	73,16	2,79	518,51	3,83
Otros Productos Diversos	2.797,28	5,09	1.297,36	4,07	138,02	6,1	562	7,61	134,14	5,12	947,84	6,99
Vinos	4.730,03	8,61	2.863,64	8,99	109,1	4,82	386,57	5,23	377,63	14,42	1.094,35	8,07
Cerveza y Malta	1.801,95	3,28	200,22	0,63	51,04	2,26	412,61	5,58	124,12	4,74	833,43	6,15
Otras Bebidas Alcohólicas	1.106,05	2,01	323,23	1,58	31,34	1,39	157,65	2,13	66,1	2,52	420,61	3,1
Aguas y Bebidas Analcohólicas	3.368,15	6,13	1.407,04	4,42	85,36	3,77	478,5	6,48	189,71	7,24	1.171,57	8,64
<b>Total Industria Alimentaria</b>	<b>54.911,32</b>	<b>100</b>	<b>31.845,52</b>	<b>100</b>	<b>2.261,99</b>	<b>100</b>	<b>7.388,27</b>	<b>100</b>	<b>2.619,29</b>	<b>100</b>	<b>13.555,20</b>	<b>100</b>
<b>Total industria</b>	<b>309.844,85</b>		<b>142.609,44</b>		<b>15.559,43</b>		<b>59.024,67</b>		<b>18.642,58</b>		<b>104.913,50</b>	

1euro= 0,89 USD (25 Oct. 2001)

Fuente: Datos de la D.G. de Alimentación del MAPA, a partir de la Encuesta Industrial Anual de Empresas 1999 del INE

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 Común Europeo, pero ha de perseverar en este empeño para poder mantener e incrementar nuestra presencia en un mercado global.

## B) LOS PRINCIPALES SUBSECTORES ALIMENTARIOS EN ESPAÑA

### 1. SECTOR CARNICO. CARNE Y PRODUCTOS CARNICOS.

La industria cárnica española se sitúa en una posición de gran relevancia dentro de la industria alimentaria. Según datos de **AICE (Asociación de Industrias de la Carne de España)**, de los 56,5 millones de euros (50,3 millones de dólares) que alcanzó el **gasto alimentario** en España en 2000, casi la cuarta parte, es decir, un **24,1%** correspondieron a la carne y derivados (aumentando un 1,6% respecto a 1999). El **consumo** de carne y productos cárnicos en España ha experimentado un aumento en el 2000 del 1,6% respecto a 1999.

Una idea de la **evolución industrial** puede obtenerse comparando los 9 mataderos frigoríficos y las 615 fábricas de embutidos que había en 1954 con los **1.534 mataderos** y más de **4.323 industrias** en funcionamiento a finales de 2000. Detrás de estas cifras generales existe una realidad sectorial caracterizada por su continuo desarrollo, pero también por una gran atomización, es decir, la generalización de pequeñas y medianas empresas en el sector.

#### ALGUNOS DATOS DEL SECTOR (2000)

Número de mataderos(1)	1.542
Número de almacenes frigoríficos	1.610
Número de salas de despiece	1.654
Número de industrias de elaboración	4.323
Número medio de empleados/empresa	11

1) Mataderos homologados (578) + excepción permanente

Fuente: Asociación de Industrias de la Carne de España (AICE)- [www.aice.es](http://www.aice.es)

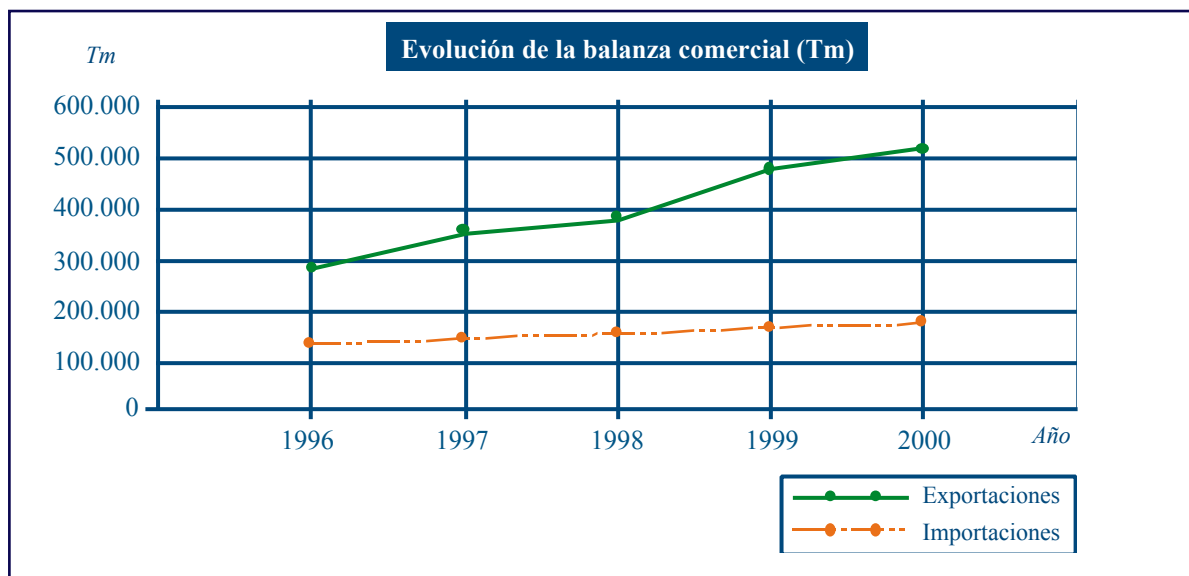
Por **producción**, la **carne de porcino** representa más del 60 % del total de las carnes producidas en España (más de dos millones ochocientos mil toneladas), siendo el quinto mayor productor mundial de este tipo de carne. Le sigue la **carne de ave** que se mantiene en torno al millón de toneladas, copando un 20,7% del sector, ocupando la **carne de vacuno** el tercer lugar en volumen (13,1%).

El **consumo medio** nacional de carnes y productos cárnicos superó en 2000 los 66 kilos por habitante y año. El consumo de vacuno ha sufrido un descenso en el año 2000, aumentando en términos relativos el consumo de carne de vacuno de calidad controlada.

En la actualidad existen reconocidas en nuestro país **Denominaciones específicas** como la Ternera Gallega, Carne de Raza Asturiana y Carne de Morucha de Salamanca, y como **Denominaciones de Calidad**, la Carne de Avileña, Carne de Rubia Gallega, Carne de Raza Asturiana, Ternera de Navarra, Carne de Vacuno del País Vasco, Carne de Cantabria, Ternera de Girona, Ternera de Asturias, Ternera de los Pirineos Catalanes y Carne de la Sierra de Guadarrama, que son expresión de la preocupación del sector por mantener una política de calidad, seguridad, y de preservación y desarrollo de las cualidades y características de los productos.

En cuanto a la **capacidad de producción** nos situamos en cuarto lugar dentro de la UE con 3 millones de toneladas/año con una utilización real del 30%, es decir, 989.624 toneladas en 2000.

Respecto al **comercio exterior** de carnes y elaborados cárnicos, este ha experimentado una importante progresión en los últimos años demostrando que la industria cárnica española es una industria competitiva y con un notable potencial exportador: se ha pasado de las 279.780 Tm. de 1996 a las 514.691 Tm. de 1999, mientras que las importaciones se han mantenido más o menos estables



### BALANZA COMERCIAL

Datos en Tm.	IMPORTACIONES					EXPORTACIONES				
	1996	1997	1998	1999	2000	1996	1997	1998	1999	2000
Carne de Vacuno	76.390	115.100	117.200	139.323	132.682	64.152	66.300	68.306	72.983	70.915
Carne de Porcino	161.858	183.775	208.705	289.318	320.599	48.066	53.400	58.100	74.930	80.249
Jamón Serrano	6.640	9.315	10.795	14.000	16.243	770	515	750	960	1.143
Embutidos curados	8.871	11.850	10.146	11.600	15.249	1.172	905	975	925	681
Jamón y paleta cocidos	5.650	7.150	6.217	8.612	8.100	3.016	3.475	2.992	2.030	2.572
Embutidos cocidos	10.807	13.580	13.223	11.120	9.560	9.948	10.890	9.630	8.946	10.651
Otros productos	9.514	10.700	11.836	12.200	12.258	3.040	6.540	6.384	6.900	4.793
<b>Total</b>	<b>279.730</b>	<b>351.470</b>	<b>378.122</b>	<b>486.173</b>	<b>514.691</b>	<b>130.164</b>	<b>142.025</b>	<b>147.137</b>	<b>167.674</b>	<b>171.004</b>

### CARNE DE AVES

La **producción** final de aves alcanzó en el año 2000 un volumen de más de un millón de Tm. que supuso una **facturación** de 1.359'5 millones de euros (1.222'7 millones de dólares), situándose el censo de reproductoras de carne en España en 4,4 millones de aves, cifra que representa un 14,27 % del total comunitario. La **UE** se sitúa en tercer lugar a nivel mundial en cuanto a producción de carne de aves, con unos 8,7 millones de Tm. que representan un 14,61% del total, por de tras de EE.UU y China.

En el año 2000 las **importaciones** llegaron a las 120.808 Tm., correspondiendo 92.180 a países de la UE, mientras que las **exportaciones** llegaron a las 76.769 Tm. de las que 56.660 tenían como origen países miembros de la Unión Europea.

El **consumo** per cápita de carne de ave alcanzó en el año 2000 los 25,89 Kg/año, sufriendo un ligero descenso respecto a años anteriores y situándose 4,76 Kg. por encima de la media europea.

## 2. VINOS, CERVEZAS, BEBIDAS ESPIRITUOSAS

### VINOS

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

La **industria** del sector del vino la componen **3.830 empresas** que representan un 11,3% del total de las industrias alimentarias españolas, habiendo aumentado un 7,6% respecto a mediados de la década pasada. Esta industria emplea a unas 17.300 personas, y unas 590.000 el sector productivo.

Las industrias vitivinícolas tuvieron en el año 2000 una **facturación** global de alrededor de 4.074'8 millones de euros (3.664'9 millones de USD.) y se caracterizan por su gran atomización ya que sólo 40 empresas facturan por encima de los 22'8 millones de euros (20'5 millones USD), y el **consumo de materias primas anuales** supera los 2.350 millones de euros (2.113'5 millones USD).

El sector ha realizado unas **inversiones** en activos materiales que rondan los 253 millones de euros (227'6 millones USD).

En cuanto a los **canales de comercialización**, y a diferencia de otros sectores, el canal hostelería cuenta con una importancia destacada. Así, el **consumo** mayor se produce en los establecimientos de hostelería y restauración (53,5%), mientras que en los hogares se consume el 45,3%, siendo el consumo medio de vino de 35,6 litros por persona y año.

Dentro de las compras para **consumo doméstico**, un 43,6% se realizan en supermercados, 25,8% en hipermercados y un 15,4% en tiendas tradicionales. En cuanto al canal de **hostelería y restauración** la mayoría (79,2%) es servido por distribuidores.

Para proteger la producción y reglamentarla en todas sus fases se crearon las **Denominaciones de Origen**. En la actualidad son cincuenta y tres las zonas vinícolas que gozan en España de Denominación de Origen, a las que puede incorporarse la Denominación Cava al tratarse de una indicación de calidad ligada a una zona geográfica de producción (v.c.p.r.d.). A las mismas están inscritas unas 600.000 hectáreas explotadas por unos 155.000 viticultores y unas 5.500 bodegas reconocidas que comercializan más de 11,8 millones de hectolitros, facturando alrededor de los 2.139'6 millones de euros (1.924 millones USD).

Asimismo hay que mencionar la importancia de los **Vinos de Mesa** representados por la **Asociación Profesional Empresarial de Operadores de "Vinos de Mesa" y "Vinos con I.G.P/de la Tierra (AVIMES)**. En España se producen unos **1.950 millones de litros de vinos de mesa**, un 59,2% de la producción total de vinos que acapara el 71,3% de las demandas de los consumidores españoles. Las principales productoras de vinos de mesa son Castilla – La Mancha y Extremadura.

Tenemos en nuestro país algo menos de **30 Vinos de la Tierra** y unas **20 Indicaciones Geográficas Protegidas**. La mayor parte de los vinos de mesa son tintos (59%), seguidos de blancos (23%) y rosados (18%). **El mercado de vinos de mesa** ronda los 1.202'02 millones de euros (1.081 millones USD) anuales.

**Según datos de la Federación Española del Vino, la balanza comercial vitivinícola** continúa siendo superavitaria por un importe de 1.346'7 millones de euros (1.211 millones USD) mejorando su saldo en un 8% respecto del registrado en 1998. Por productos, son los Vinos con D.O. Embotellados los que cuentan con un mayor grado de cobertura, seguidos por los Vinos Espumosos y los Vinos de Mesa Embotellados.

El **valor de las exportaciones españolas de productos vitivinícolas** ha registrado un nuevo récord en 1999, alcanzándose un total de 1.462'5 millones de euros (1.315'4 millones USD), lo que significó un incremento del 10,06% respecto de la cifra registrada en 1998. Según los datos de la Secretaría General de Estudios del Sector Exterior, esta cifra ha supuesto el 9,7% de las exportaciones totales españolas de alimentos.

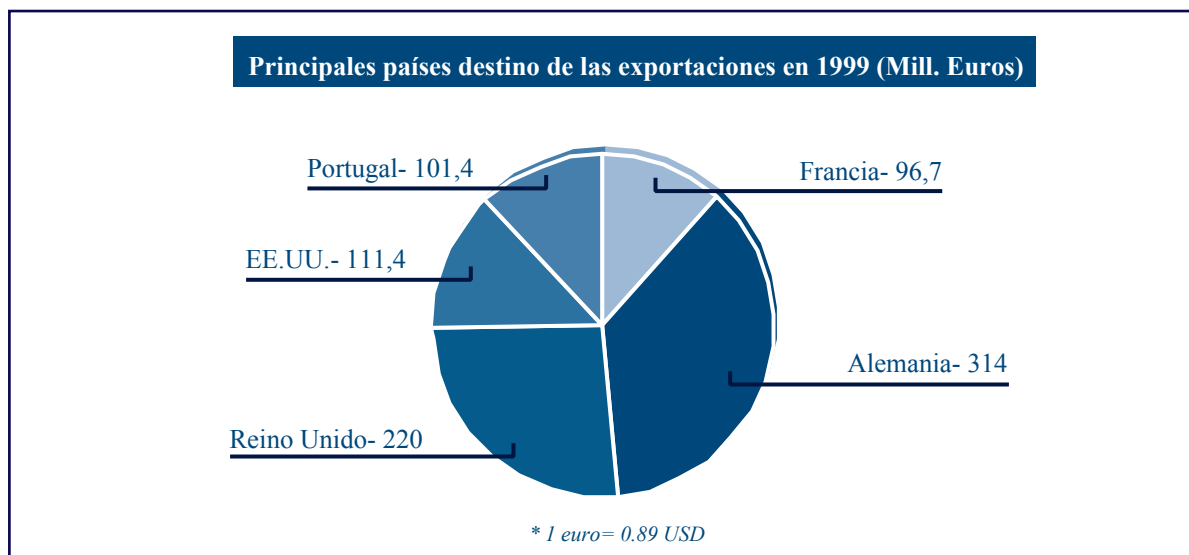
Las ventas de las 22 factorías de productos vitivinícolas en el exterior invierte la tendencia creciente registrada en los tres últimos años, experimentando un retroceso del 12,97% respecto del volumen exportado en 1998, alcanzándose un total de 1.059,8 millones de litros.

Los **Vinos con Denominación de Origen Embotellados** supusieron el 38,9% de la exportación total española de productos vitivinícolas y continúan liderando el valor de las mismas, alcanzado este tipo de vino un total de 568'65 millones de euros (511'4 millones USD), cifra un 7,12% mayor que la registrada en 1998.

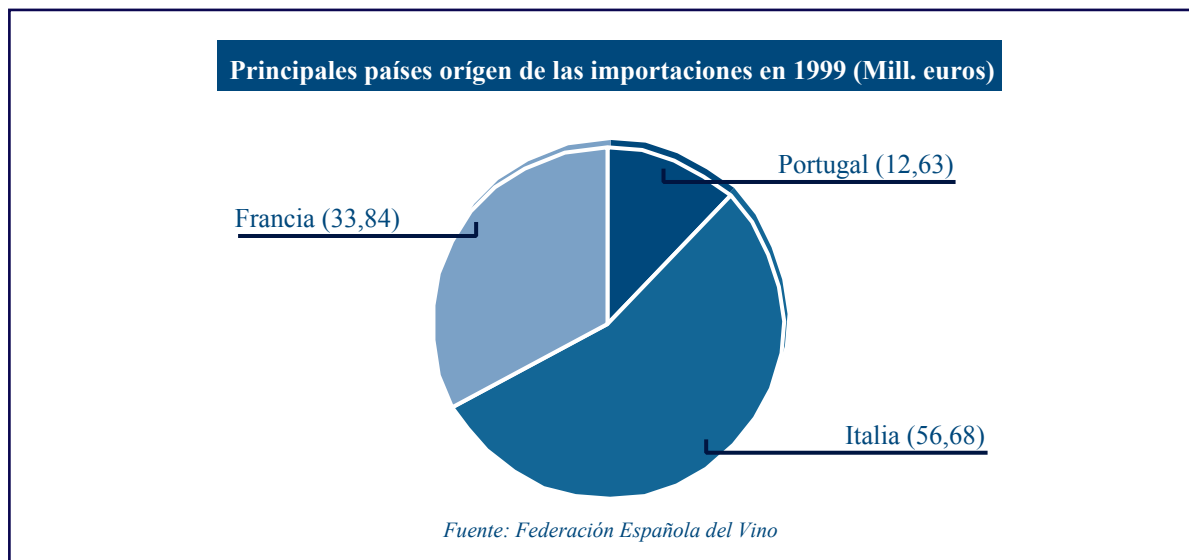
Estos datos confirman la tendencia general de demanda de vinos de calidad, aunque se ha exportado un menor volumen, el producto demandado ha sido de mayor calidad y precio más elevado.

En cuanto a **vinos de mesa**, en el año 1999 **se exportaron** más de 317 millones de a granel y cerca de 156 millones de litros embotellados, cerca de 151'45 y 129,81 millones de euros (136,2 y 116'8 millones USD) respectivamente, siendo los **principales destinos** Reino Unido y Portugal.

Fuente: Federación Española del Vino. [www.fev.es](http://www.fev.es)



Respecto de las **importaciones** españolas de productos vitivinícolas, continúan la tendencia creciente de años anteriores, aunque de forma más moderada. En cifras absolutas, se alcanzaron 115'79 millones de euros (104'2 millones USD). y 160,5 millones de litros, cantidades 34,23% y 53,45% superiores a las registradas en 1998.



Las importaciones de **vinos de mesa**, alcanzaron una cifra de 118,5 millones de litros a granel con un valor de más de 51,08 millones de euros (46 millones USD) y cerca de 10 millones de litros embotellados, alrededor de 11,41 millones de euros (10'3 millones USD) procedentes principalmente de Portugal, Chile, Italia, Francia y Argentina.

Fuentes: Federación Española del Vino FEV / MERCASA

## CERVEZAS

El sector de cervezas en España está caracterizado por una gran **concentración**. Según datos de la asociación del sector, **Cerveceros de España**, las ventas de las 22 factorías que lo componen han crecido un 2,5% en 2000 alcanzando 2.574 millones de litros (25,7 millones de hectolitros).

La **producción** de cerveza en España en las 22 factorías del sector ha sido de 2.641 millones de litros de cerveza (26,4 millones de hectolitros), un 2,2% más que en 1999.

España se consolida con su crecimiento sostenido como tercer productor de cerveza de la Unión Europea, sólo por detrás de Alemania y el Reino Unido, el primer productor de cerveza del sur de Europa por delante de Francia e Italia, y el noveno del mundo.

España es también el cuarto país productor de lúpulo de la Unión Europea, con 1.412 toneladas de media al año. El sector cervecero produjo 400.000 toneladas de malta en las 9 malterías situadas en toda España, de las cuales 380.000 fueron utilizadas por el sector cervecero español y el resto se destinó a exportaciones.

**Comercio exterior:** las exportaciones de cerveza en 2000 mantienen el ritmo del año anterior alcanzado los 63.337.919 litros, lo que supone un incremento global en los últimos 5 años del 77%. Por otra parte, las importaciones también aumentaron este año suponiendo un total de 3.067.724 hectolitros.

**Nivel de inversión:** la industria cervecera destinó 133,57 millones de euros (120 millones USD) a inversiones productivas, a mejoras en tecnologías "limpias", a mejora de calidad en aguas residuales, etc. La inversión en formación profesional ascendió a 4 millones de euros (3'7 millones USD).

La industria cervecera genera un **empleo** de 8.000 personas de forma directa y 150.000 de forma indirecta en múltiples sectores desde la agricultura, la hostelería y la alimentación. España es el cuarto país en proporcionar empleo directo en el sector cervecero, por detrás de Alemania, el Reino Unido y Holanda.

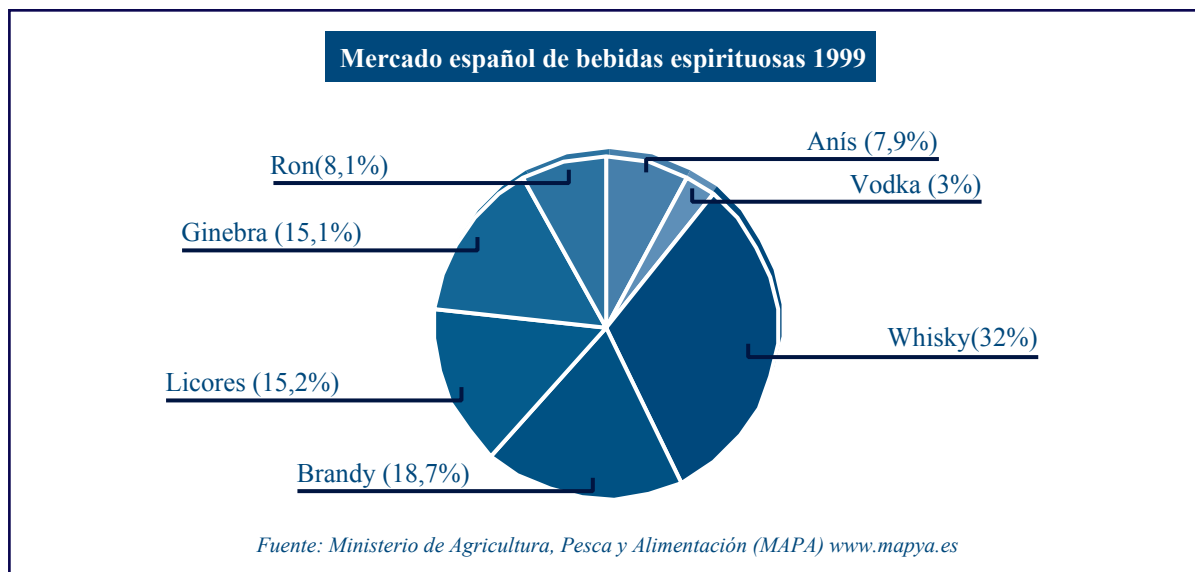
**Consumo:** en 2000 se consumieron en España más de 28,8 millones de hectolitros de cerveza (casi un 4% más que el año anterior), lo que supone una media de 71,8 litros per cápita/año. España es el décimo país en consumo per cápita de la Unión Europea y aún está lejos de los 78,3 litros per cápita de media de la UE.

**Ventas por zonas geográficas:** la zona sur de España sigue siendo la de mayor consumo per cápita (83,59 litros al año), seguida de Levante (74,2) y Canarias (74,18). La cornisa cantábrica sigue siendo la de menor consumo per cápita aunque ha registrado los mayores incrementos de ventas.

Fuente: *Cerveceros de España* [www.cerveceros.org](http://www.cerveceros.org)

## BEBIDAS ESPIRITUOSAS

El **mercado** español de bebidas espirituosas ronda los 270 millones de litros, unos 30 millones de cajas, siendo el whisky el primer producto del sector, con un 32% del mercado. Le siguen el brandy con un 18,7%, los licores (15,2%), la ginebra (15,1%), el ron (8,1%), el anís (7,9%) y el vodka (3%). El whisky, ron y vodka muestran en los últimos tiempos comportamientos expansivos, mientras que el brandy y los licores muestran tendencia a la baja.



El 85% de la **producción nacional** es absorbida por el mercado interno, mientras que las importaciones son muy significativas en ciertos productos, anualmente entran en España una media de 65 millones de litros.

Dentro de la producción nacional, el **Brandy de Jerez** merece una mención específica ya que se trata de la de mayor importancia con unos 58 millones de litros que suponen un 28,8% del total. La producción, la crianza y la comercialización del vino y del Brandy de Jerez se llevan a cabo, casi en su totalidad, por las empresas integradas en **FEDEJEREZ (Federación de bodegas del marco de Jerez)**. En el último ejercicio las salidas de bodega han descendido en un 14% con un volumen de negocio cercano a los 360,61 millones de euros (324 millones USD), más 60,10 millones de euros (54 millones USD) a través de las exportaciones. Le siguen los licores (18%), whisky (12,6%), ginebra (11,4%), el ron y la caña (10,7%), los anisados (9%), el aguardiente de vino, orujo y brandy (4,1%) y el resto (5,4%).

El **comercio exterior** de bebidas espirituosas registra importantes importaciones y exportaciones. En cuanto a las **exportaciones**, suponen un 15% de la producción, siendo el brandy el producto más representativo con 14,7 millones de litros exportados, lo que supone un 47,2% del comercio exterior de bebidas espirituosas. Le siguen el ron y la caña (6,7 millones de litros), los licores y demás compuestos (5,7 millones de litros), los aguardientes (1,7 millones de litros) y la ginebra con algo más de 1 millón de litros vendidos en el exterior. Respecto a las **importaciones**, el whisky ocupa un lugar destacado ya que alcanza la cifra de 65 millones de litros anuales.

Las dos características destacables de la **estructura empresarial** del sector es su fuerte concentración y la penetración de grandes grupos multinacionales. Los dos primeros grupos del sector facturan anualmente más de 601 millones de euros (540'5 millones USD). Por otra parte los diez primeros grupos tienen una cuota de mercado superior al 52%, mientras que el 90% de las ventas se encuentran controladas por unas 45 empresas. **Según la Federación Española de Fabricantes de Bebidas Espirituosas (FEBE)**, que representa a un 95% del sector, la facturación anual llega a los 2.404 millones euros (2.162 millones USD), de los que la mitad aproximadamente son ingresados por la Hacienda Pública a través de los Impuestos Especiales sobre el alcohol.

En cuanto a la **distribución** comercial, un 57,2% de las bebidas consumidas en el canal de restauración y hostelería es servido por los distribuidores y otro 18,8% a través de la fórmula cash&carry. Las bebidas consumidas en los hogares se adquieren en un 41,5% en los hipermercados, seguidos de los supermercados (39,7%) y tiendas tradicionales (5,3%).

El **consumo** principal de bebidas espirituosas se produce fuera del hogar. De los 4,4 litros por persona y año, 3,4 se consumen en bares, restaurantes y hoteles. No se trata de un consumo muy elevado, apenas supone el 80% del promedio de la UE y alrededor del 64% de la media mundial.

Fuente: MERCASA

### 3. PRODUCTOS LACTEOS, QUESOS, HUEVOS.

#### PRODUCTOS LACTEOS

**Según datos proporcionados por la Federación Nacional de Industrias Lácteas (FENIL)**, la industria del sector lácteo en España está compuesta por unos **1.500 establecimientos censados en esta actividad** que **emplean** alrededor de 26.000 personas y representan al 4,5% del total de las industrias alimentarias del país.

El sector consume cerca de medio billón de pesetas 3.005 millones de euros, unos 2.675 millones USD, de **materias primas** y las **ventas netas** alcanzan la cifra de un billón de pesetas 6.010,12 millones de euros (5.349 millones USD), un 11% del total de la industria alimentaria española.

La industria láctea está distribuida por todo el territorio nacional, aunque la mayor concentración porcentualmente hablando se sitúa en **Asturias**, donde emplea a más del 25% de la población ocupada en la industria alimentaria regional y las ventas de producto suponen el 54% del total de las ventas del sector en su conjunto.

Se ha producido en los últimos años una fuerte **concentración** en el sector de la leche líquida creándose grandes grupos que han planteado una estrategia de diversificación hacia otros segmentos como los derivados lácteos o la elaboración de quesos.

En cuanto al **consumo de lácteos** ha experimentado un incremento entre los años 1999 y 2000 tanto en leche líquida (4.637,91 millones de kg. 1999, 4.665,89 en 2000) como en derivados lácteos.

#### CONSUMO TOTAL DE LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS 1999-2000 (millones de Kg.)

	HOGARES			EXTRADOMÉSTICO			TOTAL		
	1999	2000	%	1999	2000	%	1999	2000	Kg/l/u Capt.
Leche líquida	4.028,88	4.025,32	-0,1	609,03	640,57	5,2	4.637,91	4.665,89	116,57
Otras leches	29,16	23,2	-20,4	6,76	11,52	70,3	35,92	34,72	0,87
Derivados lácteos	1.126,53	1.152,13	2,3	235,57	248,24	5,4	1.362,10	1.400,37	34,99

Fuente: Federación Nacional De Industrias Lácteas ( FENIL) sobre datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Respecto al **comercio exterior** de lácteos, el hecho de que la producción láctea española sea claramente deficitaria a pesar del incremento de la cuota comunitaria en 550.000 toneladas condiciona que las importaciones de lácteos superen holgadamente a las exportaciones.

Durante el último ejercicio se **exportaron** algo más de 244.000 toneladas de leche y derivados, siendo el 84,5% de los destinos países de la UE, mientras que las **importaciones** superaron las 647.000 toneladas procedentes casi en su totalidad de los socios comunitarios. Si bien esto es así, también hay que destacar que las exportaciones han experimentado un incremento interanual del 20% mientras que las importaciones aumentaron en un 4,3%.

#### EXPORTACIONES (Toneladas)

	HOGARES	EXTRADOMÉSTICO	TOTAL
	1999	1998	Variación %
Leche y nata en pequeños envases	75.405	80.594	-6,4
Leche y nata a granel	92.920	49.334	188,3
Leche en polvo desnatada	19.703	8.928	120,7
Otras leches en polvo	12.503	4.392	184,7
Leches concentradas con o sin azúcar	18.374	25.802	-28,8
Yogur y otras leches fermentadas	33.422	31.191	7,2
Mantequilla	8.477	14.315	-40,8
Quesos (incluso fundidos)	36.099	25.837	39,7

Fuente: Federación Nacional De Industrias Lácteas ( FENIL ) sobre datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

#### IMPORTACIONES (Toneladas)

	HOGARES	EXTRADOMÉSTICO	TOTAL
	1999	1998	Variación %
Leche y nata en pequeños envases	263.621	283.794	-7,1
Leche y nata a granel	85.598	142.966	-40,1
Leche en polvo desnatada	31.346	38.127	-17,8
Otras leches en polvo	13.228	10.510	25,9
Leches concentradas con o sin azúcar	17.725	16.732	5,9
Yogur y otras leches fermentadas	119.985	99.069	21,1
Mantequilla	9.237	8.100	14
Quesos (incluso fundidos)	110.862	97.139	14,1

Fuente: FENIL basándose en datos de Aduanas

## QUESOS

El mercado español se encuentra estabilizado en una **producción** alrededor de las 300.000 toneladas con un valor de 1.743 millones de euros (1.567'6 millones USD).

Por **variedades**, el queso de mezcla representa el 59% de la producción total, los de vaca un 30,3%, los de oveja 7,3% y los de cabra un 3,4%. Además se consumen cerca de 50.000 toneladas de queso fundido.

La **estructura empresarial** del sector se caracteriza por estar muy atomizada, dándose un proceso fuerte de concentración en las industrias de mayor tamaño. Los tres primeros grupos del sector se reparten un 32% del mercado, aumentando esta cifra hasta el 58% si ampliamos la muestra hasta las diez primeras empresas.

En cuanto al **comercio exterior**, las **exportaciones** se presentan como una de las principales oportunidades para darle un fuerte impulso al mercado, en 1999 alcanzaron las 400.000 toneladas, un 40% más que el año anterior. Los principales destinos son Italia, Portugal y Francia, estos mercados suponen un 78% del total de exportaciones. EE.UU, con un crecimiento del 125%, se perfila también como un mercado importante.

Respecto a las **importaciones**, en 1999 han alcanzado la cantidad de 110.000 toneladas por un valor superior a los 396'67 millones de euros (356'8 millones USD), siendo Holanda (33%) y Francia (22%) los principales países importadores.

La **distribución** comercial en el canal hostelería se realiza principalmente a través de distribuidores (47,5%), seguidos de mayoristas y cash&carry con un 13% cada uno. En cuanto a las compras del canal hogares se realizan en un 50,2% de los casos en supermercados y en un 23% en hipermercados.

El **consumo** es superior a 6 kilos, de los que un 87% se consume en hogares y un 11,75% en hostelería y restauración.

En España se producen anualmente cerca de 12.000 toneladas de quesos con **Denominación de Origen**, con un crecimiento interanual en torno al 20%. Los más importantes son el Manchego (42,4% del total de las ventas), Mahón (18,2%), Tetilla (11,2%), Idiazábal (8,2%), Roncal (4,4%), Cabrales (4,1%), Majorero (3,6%) y de Cantabria (3%).

Fuente: MERCASA

## HUEVOS

Según datos proporcionados por la **Federación Española de Productores de Huevos (ASEPRHU)**, el sector del **huevo** en España está compuesto por unos 1.000 centros de producción, 734 centros de clasificación y 25 empresas elaboradoras de ovoproductos que emplean a 10.000 trabajadores.

La **producción** anual de huevos ronda los 10.000 millones de unidades y supone una facturación de unos 781'3 millones de euros (702'7 millones USD).

El **comercio exterior** de huevos tiene como destino y origen principales los países miembros de la UE. Así, las **importaciones** alcanzaron las 10.822 Tm. en el año 2000, siendo de origen comunitario 10.681 Tm., mientras que las **exportaciones** llegaron a las 59.312 Tm., teniendo como destino países miembros de la UE unas 51.551 Tm.

El **consumo** de huevos en España en el año 2000 se situó en 223 huevos cáscara por persona y año, frente a los 300 de 1987. Por regiones, la cornisa cantábrica y Castilla-León tienen consumos más elevados, mientras que en Cataluña, Levante y Andalucía se consumen menos huevos. La mayor parte de la producción española se destina al consumo de huevo fresco (85%), de los cuales el 75% es en hogares y el 25% en restauración e instituciones; el resto de la producción va destinada a la industria

Fuente: Asociación Española de Productores de Huevos (ASEPRHU) –www.inprovo.es

## 4. ACEITE Y ACEITUNAS

### A) ACEITE DE OLIVA

España es el **primer país productor mundial** de aceite de oliva, con una producción media anual de 700.000-800.000 toneladas, llegando a alcanzar 1.000.000 en recientes campañas. Con más de 250 millones de olivos cubriendo más de 2 millones de hectáreas, su superficie cultivada representa más del 25% de la superficie olivarrera mundial.

España es también el **primer país exportador mundial**, con una media anual en los últimos 10 años de más de 200.000 toneladas exportadas, alcanzando las 400.000 toneladas en algunas campañas, **según datos de la Asociación Nacional de Exportadores de Aceite de Oliva (ASOLIVA)**. En el año 2000 se han exportado alrededor de 270.000 toneladas de aceite de oliva. 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:

- Italia es el principal mercado del aceite de oliva español a **granel**, seguido de Francia, Portugal y Reino Unido.
- El aceite de oliva español envasado es exportado a Australia, EEUU, Brasil, Japón y Francia como principales destinos.

España aún exporta un gran porcentaje de su aceite a granel. No obstante, **las exportaciones de envasado** han incrementado su relevancia de forma espectacular, habiéndose duplicado en los últimos 5 años y continuando su tendencia al alza.

Respecto al **consumo**, el aceite de oliva supone el 56% de los consumos totales de aceites y grasas vegetales. El consumo medio por persona y año es de 12,6 litros. El consumo total anual supera los 503 millones de litros anuales, destinándose el 83,4% al consumo doméstico, el 14,4% a hostelería y el 2,2% a consumo institucional. A nivel mundial, el consumo ronda los 2,36 millones de toneladas, de las que 1,7 millones corresponden a la UE.

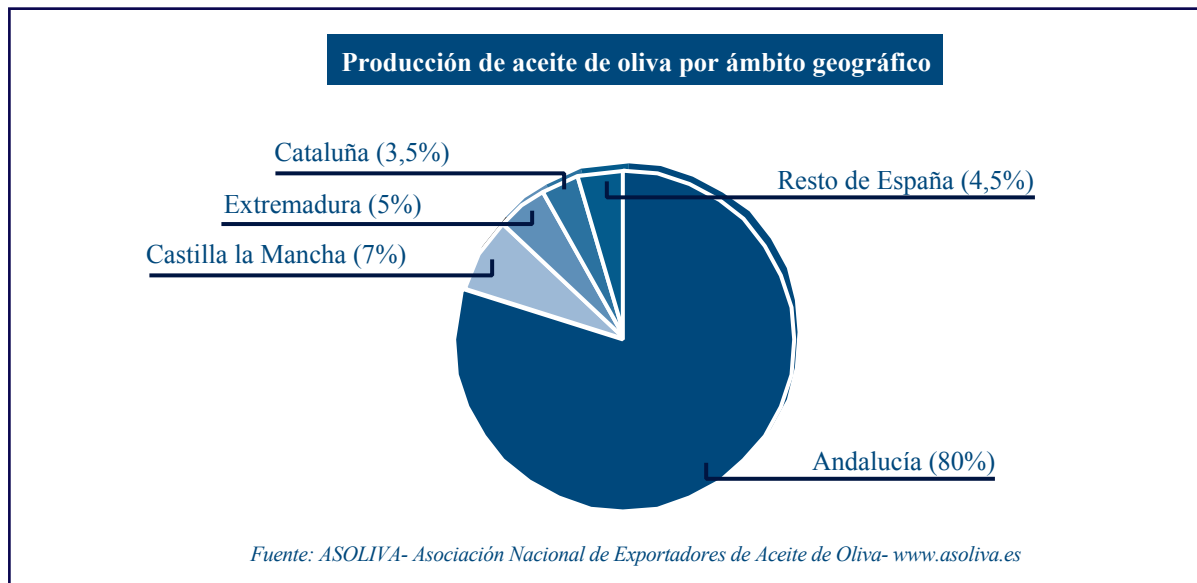
En cuanto a la **estructura empresarial** del sector, se encuentran registradas unas 1.600 almazaras que emplean a unas 9.500 personas. El número de plantas envasadoras se sitúa alrededor de las 500, aunque una docena de empresas controla el 70% del total del aceite envasado. Además hay que hacer referencia a las 55 empresas extractoras de orujo y otras 80 refinadoras. Los **empleos directos** generados por el sector superan los 17.000.

El aceite de oliva español está sujeto a un **estricto control de calidad**. Los propios productores llevan a cabo análisis en sus propios laboratorios, y las autoridades españolas toman muestras de cada lote y las analizan para comprobar que todas se adaptan a los requerimientos de calidad establecidos por la Unión Europea.

En 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 las más de 260 variedades de olivo las principales son la picual, cornicabra, hojiblanca, arbeguina, lechín de Sevilla, verdial, empeltre y picuda.

En la actualidad existen **7 denominaciones de origen protegidas**, 4 en Andalucía (D.O. Baena, Sierra de Segura, Priego de Córdoba, Sierra Mágina), 2 en Cataluña (D.O. Les Garrigues y Siurana) y 1 en Castilla la Mancha (D.O. Montes de Toledo), y **muchas otras en proceso de reconocimiento**: Aceite de Oliva Virgen Sierra de Madrid (label de calidad), Sierra de Cádiz, Sierra de Cazorla, Montes de Granada, El Condado, Axarquía, Bajo Aragón, Aceite Montserrat, Gata-Hurdes. 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.

La producción de aceite de oliva en España se distribuye en el ámbito regional de la siguiente forma:



## B) ACEITUNAS

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

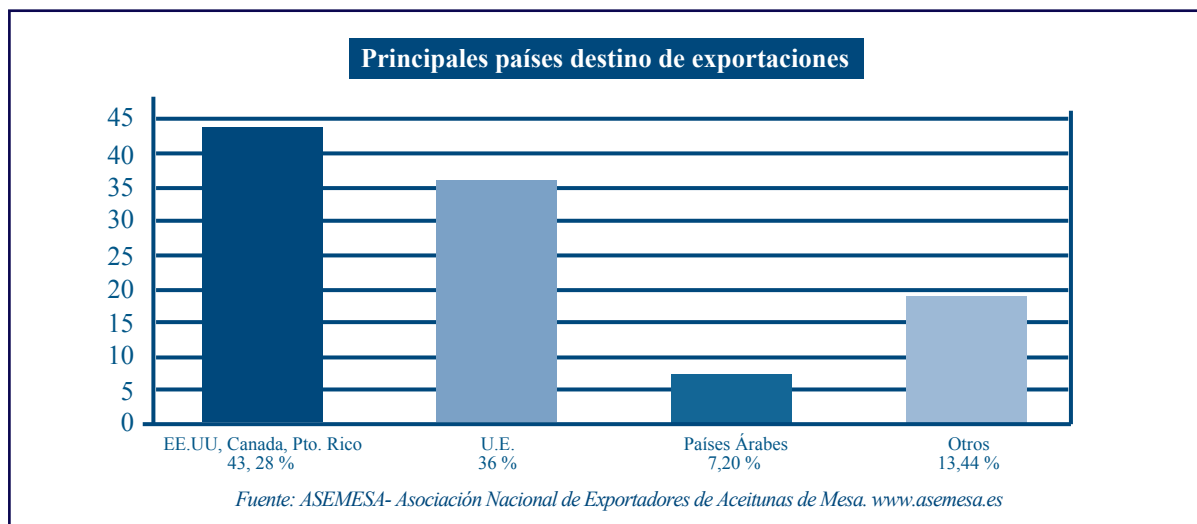
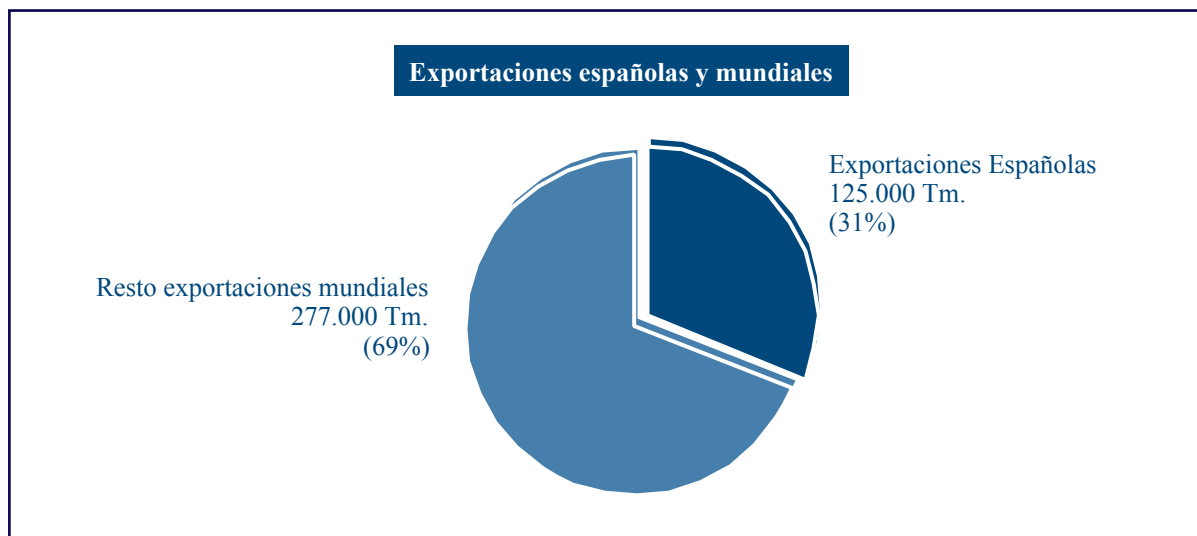
**Según datos de la Asociación Nacional de Exportadores de Aceitunas de Mesa (ASEMESA), la producción mundial de aceitunas de mesa se sitúa alrededor de un millón de toneladas.** España con una producción de 250.000 toneladas de aceitunas verdes, 8.000 negras y 102.000 moradas ocupa según el COI (Comité Oleícola Internacional) la primera posición mundial, seguida de EE.UU (103.500 toneladas) y Turquía (100.000 toneladas.)

El sector empresarial de aceituna de mesa tiene una **clara vocación exportadora** y está caracterizado por una relativa atomización. Existen 410 empresas registradas de las que algo menos de un centenar se dedican exclusivamente al comercio exterior.

En cuanto a **empleo**, se estima que son necesarios unos 6 millones de jornales anuales para su cultivo y recolección y genera un empleo directo de 7.500 puestos de trabajo, una cuarta parte del generado por el sector de conservas vegetales.

La mitad de la producción se consume en el **mercado nacional** y la otra mitad se exporta a más de cien países. La mayoría de las aceitunas que se exportan se venden envasadas en frascos, latas o bolsas -75%- y el resto a granel.

El **consumo** se ha venido incrementando en los últimos años y actualmente se sitúa en unos 3 kilos por persona y año. El 80% se consume envasado y el resto se adquiere a granel. El consumo doméstico es el más importante, representa el 72,8% del consumo global de aceitunas, seguido de hostelería y restauración (26,3%) y el resto consumo institucional. El consumo mundial tiene en el área mediterránea sus principales cuotas ocupando España el tercer lugar, precedida por griegos e italianos.



### C) ACEITE DE SEMILLAS OLEAGINOSAS.

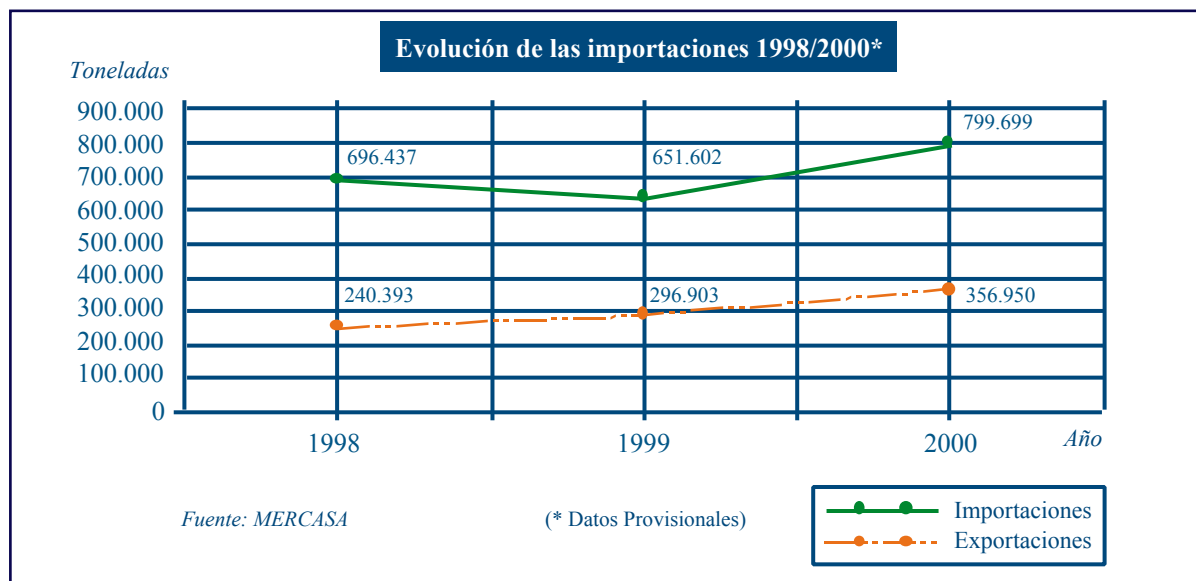
El mercado del aceite comprende tanto al aceite de oliva como al de semillas oleaginosas, **representada su industria por la Asociación Nacional de Empresas para el Fomento de las Oleaginosas y su Extracción (AFOEX)**. Según datos del sector, el **consumo de aceites** se reparte de la siguiente forma: en primer lugar estarían los aceites de oliva con un 56% del mercado, seguidos del aceite de girasol con un 32%, del aceite de orujo con un 6% y de los aceites de semillas con un 6%.

Se cultivan en España tres oleaginosas principalmente, girasol, colza/nabina y soja. Dentro del **mercado del aceite de semillas** el que más demanda tiene es el de girasol, del que se consumen alrededor de 500.000 toneladas anuales. La producción española de girasol alcanzó en 1999 la cifra de 1.097.000 toneladas, mientras que la de colza ronda las 73.000 toneladas y la soja las 12.400 toneladas.

La **cifra de negocios** de las 10 empresas líderes del sector de aceites de semillas y margarinas llegan a los 3.606 millones de euros (3.243 millones USD). Entre las 10 primeras empresas del sector de aceite de girasol controlan cerca del 71% del mercado.

En España **se consumen** 7,6 litros de aceite de girasol por persona y año y 1,1 litros del resto de aceites de semillas, siendo adquirido en **supermercados** el 62% del consumido en los hogares.

En 1999 **se exportaron** unas 90.000 toneladas de aceite de girasol, un 17% de la producción nacional, alcanzando las exportaciones de aceite de soja las 290.000 toneladas, el 615 de la producción española.



## 5. TRANSFORMADOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS

Este sector está caracterizado por una **multitud de productos**, por la **estabilidad** de los volúmenes finales y de los operadores con una fuerte **dependencia de los mercados exteriores**.

Según datos de la **Agrupación Española de Fabricantes de Conservas Vegetales (AGRUCON)** y de la **Federación Nacional de Asociaciones de la Industria de Conservas Vegetales (FNACV)**, se trata de un mercado maduro con una **producción** en torno a 1.300.000 Tm. anuales por un valor de 1.052 millones de euros (1.351 millones USD), cuyas principales salidas son, además del mercado doméstico, la segunda transformación, la exportación y las marcas de distribución. En este volumen se comprenden tanto las conservas de hortalizas como las de fruta, siendo las conservas de tomate las que representan un mayor volumen, en torno a las 500.000 Tm. anuales. La **distribución de la producción** por familias de conservas es aproximadamente la siguiente:

	% en Tonelaje	% en Valor
Conservas de frutas	35	29
Conservas de hortalizas	21	32
Confituras y mermeladas	3	4
Conservas de tomate	41	35

Fuente Federación Nacional de Asociaciones de la Industria de Conservas Vegetales (FNACV)

España es el **primer productor de conservas de fruta** de la UE con cerca del 30% del total. Esto nos permite mantener un buen nivel de competitividad en otros mercados lo que hace que las conservas de frutas supongan alrededor del 70% de las exportaciones totales.

Dentro de los **destinos exteriores** los principales son dos mercados caracterizados por los estándares de calidad que requieren: UE y Estados Unidos. En 1999 se exportaron en torno al 70% de las conservas vegetales producidas en España con un valor alrededor de los 568 millones de euros (511'8 millones USD).

Las **exportaciones** supusieron en 1999 alrededor de 654.501 Tm. La distribución de las mismas es aproximadamente la siguiente:

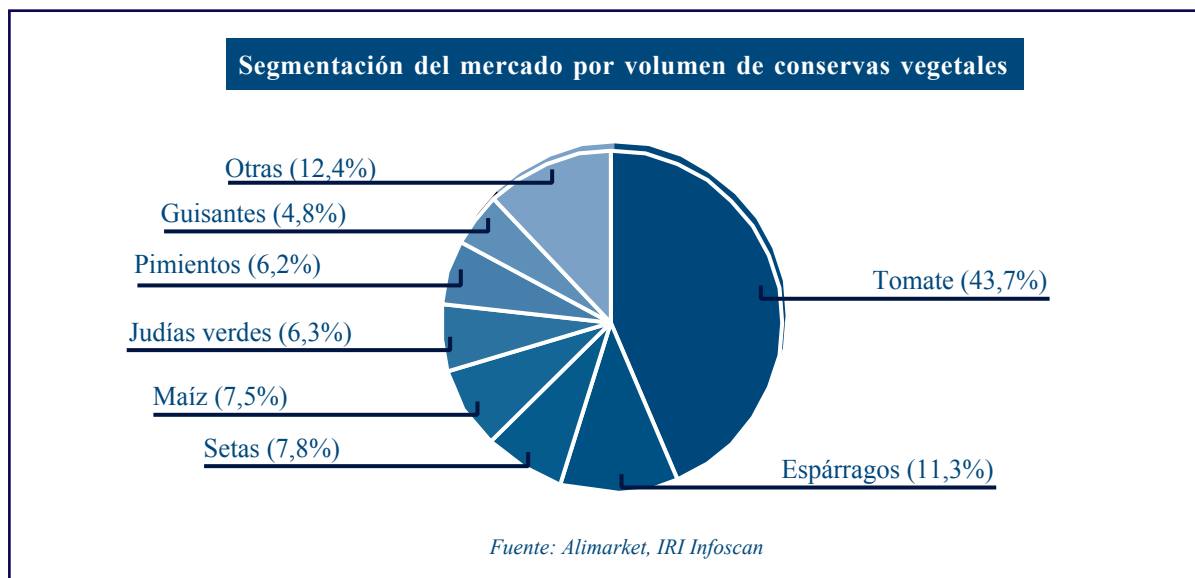
	% en Tonelaje	% en Valor
Conservas de frutas	45	36
Conservas de hortalizas	27	40
Confituras y mermeladas	1,5	2
Conservas de tomate	26,5	22

Fuente Federación Nacional de Asociaciones de la Industria de Conservas Vegetales (FNACV)

Sumando a la producción nacional las importaciones (teniendo en cuenta que parte de éstas van destinadas a transformación) y restando las exportaciones podríamos hablar de un **mercado interior en torno a las 800.000 Tm.**

La **marca de distribuidor** tiene un peso importante en el lineal, sin embargo nuestra industria está logrando diferenciarse en envase (las conservas en vidrio están sufriendo un incremento superior a la media, también se están implantando formatos más pequeños y el sistema de abrefácil en latas) reforzando la apuesta por los productos más saludables y variando los calibres del producto y los aliños.

En cuanto al mercado marquista se encuentra muy repartido, primándose la aparición de especialistas en cada uno de los segmentos. El cuadro siguiente presenta la segmentación del mercado de conservas vegetales:



El sector realiza unas **inversiones** anuales alrededor de los 90,15 millones de euros (81 millones de USD) en instalaciones, y unos 12,02 millones de euros (10'8 millones USD) en publicidad. Para reforzar su posición en el mercado las empresas han optado por la construcción de nuevas instalaciones, introducción de nuevos productos, la compra de empresas y otras opciones, como diversificar hacia otros sectores próximos a su actividad o apostar por la fusión o agrupamiento.

## 6. DULCES

El **mercado ha producido** en 1999 unas 904.404 Tm., de las cuales 205.000 fueron destinadas a exportación, incrementando en un 0,6 la producción del año anterior. En cuanto a **facturación**, en el año 1999 rondó la cifra de 2.584,35 millones de euros (2.324'3 millones USD) de los cuales 480'8 correspondieron a exportaciones, incrementando así en un 1,5 la facturación respecto al año anterior, según datos ofrecidos por la **Federación Española de Asociaciones del Dulce (FEAD)**.

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

**Chocolate y derivados del cacao:** en 1999 la producción superó las 131.000 toneladas con un valor de unos 510,86 millones de euros (459'5 millones USD). El consumo aparente supera las 136.000 toneladas con un valor de unos 540,91 millones de euros (486'5 millones USD). Las cinco primeras empresas tienen una cuota conjunta del mercado que supera el 60% del negocio total. Las exportaciones superan las 40.000 toneladas por un valor de 106'4 millones de euros (95'7 millones USD) mientras que las importaciones han superado las 45.300 toneladas con un valor de 140,64 millones de euros (126'5 millones USD) en 1999.

**Galletas:** la estructura empresarial del sector se caracteriza por la concentración, controlando el líder del sector el 25% del mercado y el 18% el segundo grupo. Las cinco primeras empresas acaparan el 65% del total del negocio. El mercado interior mueve unas 225.000 toneladas por un valor alrededor de los 570,96 millones de euros (513'5 millones USD). Las exportaciones alcanzan las 23.700 toneladas con un valor de más de 48,08 millones de euros (43 millones USD), mientras que las importaciones rozan las 23.000 toneladas y los 66,11 millones de euros (59'5 millones USD).

**Pastelería industrial:** también se caracteriza por la concentración, las cinco primeras empresas acaparan más de la mitad del volumen producido (unas 220.000 toneladas en total con un valor cercano a los 546,92 millones de euros – 491'9 millones USD –).

El primer grupo produce unas 49.000 toneladas, sobre las 47.000 toneladas se sitúa el segundo y alrededor de las 35.000 el tercero. Las exportaciones se caracterizan por una cierta contracción de la demanda, rondan la cifra de 38.000 toneladas y los 60,1 millones de euros (54 millones USD), siendo los principales clientes Portugal, Francia, reino Unido y Países Bajos. Las importaciones han aumentado en volumen y en precio medio del producto, lo cual supone un reto para el sector. Alcanzan las 10.000 toneladas y los 19'8 millones de euros (17'8 millones USD).

**Dulces y caramelos:** se caracteriza por la concentración de la industria y la dispersión de la distribución. Los dos primeros grupos concentran el 25,5% de las ventas, mientras que existen unos 400.000 puntos estables de venta al público, a los que hay que añadir los ambulantes. Junto a los mismos aparecen unas 400 empresas de distribución. El consumo interno se acerca a las 105.000 toneladas por un valor de 379,84 millones de euros (341'6 millones USD). Las exportaciones se acercan a las 85.000 toneladas, prácticamente la mitad de la producción nacional, mientras que las importaciones vienen a ser de 17.300 toneladas. Los principales destinos son Francia, EE.UU y Alemania.

**Turrónes y mazapanes:** la primera empresa del sector alcanza un 12% del mercado y la segunda un 6,5, el 21% restante se reparte entre el resto de fabricantes y el 53% de la cuota de ventas pertenece a la marca blanca. La producción alcanza las 36.500 toneladas por un valor de unos 222'37 millones de euros (200 millones USD). Las exportaciones en 1999 tuvieron un valor de 19'8 millones de euros (17'8 millones USD) y unas 3.300 toneladas, dirigidas principalmente a países latinoamericanos y a EE.UU.

**Miel:** las producciones varían mucho por año, dependiendo de las condiciones climáticas. La apicultura se concentra principalmente en Valencia, Extremadura y Andalucía y la producción se caracteriza por una gran atomización, existiendo unos 20.000 apicultores y unas 40 industrias envasadoras con un negocio superior a las 26.000 toneladas anuales. El valor de la producción se sitúa en los 63,1 millones de euros (56,7 millones USD) anuales. Las empresas que comercializan con marca se caracterizan por la concentración, las dos primeras se reparten el 50% del mercado, acaparando todo el negocio unas diez empresas.

Las exportaciones alcanzan las 7.000 toneladas con un valor superior a los 12,62 millones de euros (11'4 millones USD) anuales.

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Las siguientes tablas nos dan una idea aproximada del sector:

	Tm. 1998	Tm.1999	%99/98	Mill. euros 1998	Mill. euros 1999	% 99/98
Mercado Nacional	686.846	699.059	1,8	2.050,86	2.094,07	2,1
Exportaciones	211.833	205.344	-3,1	487,37	483	-0,9
<b>Total</b>	<b>898.679</b>	<b>904.404</b>	<b>0,6</b>	<b>2.538,23</b>	<b>2.577,07</b>	<b>1,5</b>

Fuente: Federación Española de Asociaciones del Dulce (FEAD)

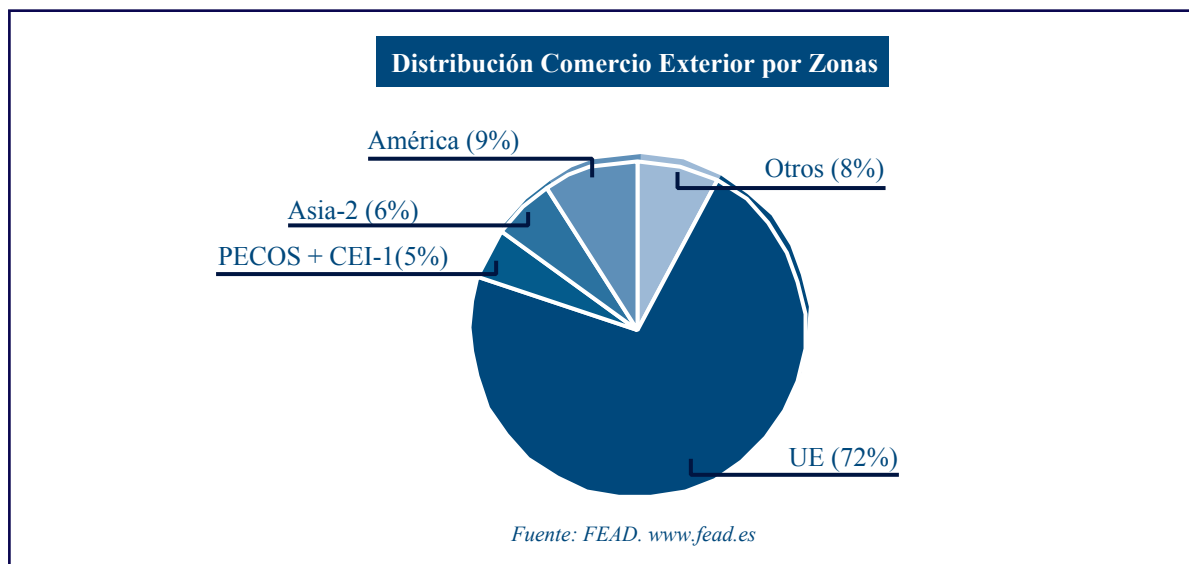
#### DATOS EN VOLUMEN (TM) POR PARTIDAS ARANCELARIAS

Distribución Comercio Exterior por zonas (% s/Kg)			
	17.04 Arts. De confitería sin cacao(incl. el chocolate blanco)	18.06 Distribución Comercio Exterior por zonas (% s/Kg)	19.05 Productos de panadería, pastelería o galletería, incluso con cacao...
UE	57,8	76,1	81
PECOS+CEI(1)	8,1	6,1	1,4
ASIA(2)	11,5	3,7	3,5
AMERICA	12,5	7,7	7,3
OTROS	10,1	6,5	6,8
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

(1) Rusia, Estonia, Letonia, Lituania, Polonia, Hungría, Rumanía, Bulgaria, Albania, Ucrania, Bielorrusia, Moldavia, Georgia, Armenia, Azerbaijan, Kazajstan, Turkeminstan, Uzbekistan, Tajikistan, Kirziguistan

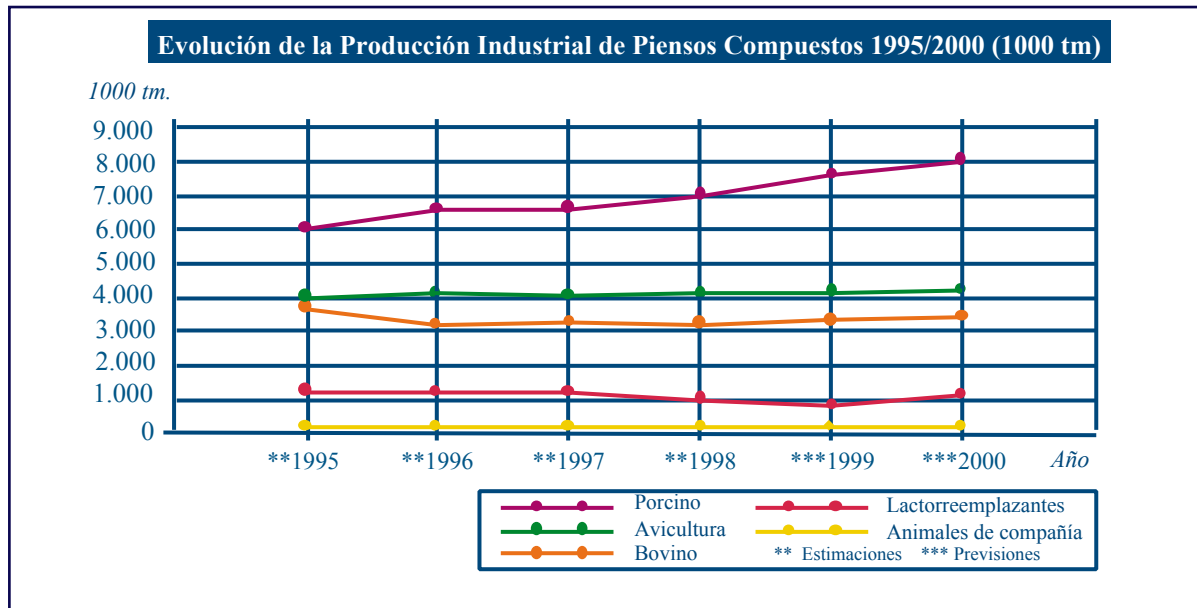
(2) Japón, Corea, Singapur, Taiwan, Hong Kong, Filipinas, Indonesia, Malasia, Tailandia, Península de Siam, Vietnam y China.

Fuente: FEAD [www.fead.es](http://www.fead.es)



## 7. ALIMENTACION ANIMAL

Según datos de la *Confederación Española de Fabricantes de Alimentos Compuestos para Animales (CESFAC)*, la producción industrial de piensos compuestos para animales alcanzó en el año 2000 una cifra cercana a los 17 millones de toneladas, de las que 8.000 correspondían a piensos compuestos para porcino, 4.150 toneladas a avicultura, 3.500 a bovino y el resto 1.295 toneladas, a otros. El gráfico siguiente nos muestra la evolución de las producciones de los últimos años:



La tabla nos muestra con más detalle los datos de los últimos años:

PRODUCCION INDUSTRIAL DE PIENSOS COMPUESTOS (1000 TM)						
TIPO DE PIENSO	**1995	**1996	**1997	**1998	***1999	***2000
<b>BOVINO</b>	3.650	3.150	3.250	3.200	3.300	3.500
Carne	1.600	1.400	1.500	1.450		
Leche	1.250	1.250	1.250	1.250		
Otros	800	500	500	500		
<b>PORCINO</b>	6.040	6.530	6.530	7.000	7.500	8.000
Lechones	640	700	700	1.025		
Crecimiento	4.500	4.850	4.850	4.680		
Gestación	830	910	910	1.225		
Otros	70	70	70	70		
<b>AVICULTURA</b>	4.050	4.100	4.050	4.100	4.100	4.150
Pollos de carne	2.100	2.100	2.100	2.190		
Ponedoras	1.750	1.800	1.800	1.690		
Otros	200	200	200	220		
<b>LACTORREEMPLAZANTES</b>	60	60	60	60	60	65
<b>ANIMALES DE COMPAÑÍA</b>	145	175	190	210	220	
<b>OVINO - CAPRINO/ OTROS</b>	1.312	1.200	1.200	1.000	900	1.230
<b>TOTAL</b>	<b>15.257</b>	<b>15.215</b>	<b>15.280</b>	<b>15.570</b>	<b>16.080</b>	<b>16.945</b>

Fuente: Secretaría General Técnica (MAPA)

Estimaciones \*\*

Previsiones \*\*\*

Dentro de la UE, la producción industrial española se sitúa en tercer lugar, detrás de Francia que en el 2000 produjo unos 23 millones de toneladas y Alemania (18'9 millones de toneladas) y seguida de Holanda con unos 15'4 millones de toneladas producidas.

## 8. AGUAS Y BEBIDAS ANALCOHOLICAS

### AGUAS ENVASADAS

Durante la última década es un factor determinante en este sector el crecimiento constante con excepción del año 1996. Como podemos apreciar por las cifras ofrecidas por la **Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Envasadas (ANEABE)** en el año 2.000 se alcanzaron los 3.860 millones de litros, más del doble que diez años atrás, lo que sitúa a la **producción** española en cuarto lugar por detrás de Italia (8.400 millones de litros), Alemania (7.732 millones de litros) y Francia (6.354 millones de litros).

Según los diferentes tipos de aguas, el **agua sin gas** incrementó su producción un 7,8% y acapara un 94,8% de la oferta global, mientras que el **agua con gas** lo hizo en un 3,7% y suponen un 5,2% de la oferta global.

En cuanto a **facturación**, las 91 primeras empresas del sector alcanzan una cifra de 781,32 millones de euros (702'7 millones USD) con unas inversiones que rondan los 60,1 millones de euros (54 millones USD).

Por otra parte, el **comercio exterior** de aguas envasadas no tiene apenas importancia ya que la mayor parte de la producción va destinada al consumo interno, se calcula que se exporta un 0,2 % de la producción y las importaciones rondan el 0,4% del consumo interno.

La **estructura empresarial** de este sector se caracteriza por su concentración. Las 101 empresas asociadas a ANEABE representan un 98% del mercado, y las cinco primeras empresas facturan un 37% del total del sector, alcanzándose un 48% de las ventas si nos referimos a las diez principales empresas. El primer grupo del sector tiene una participación cercana al 16% del total.

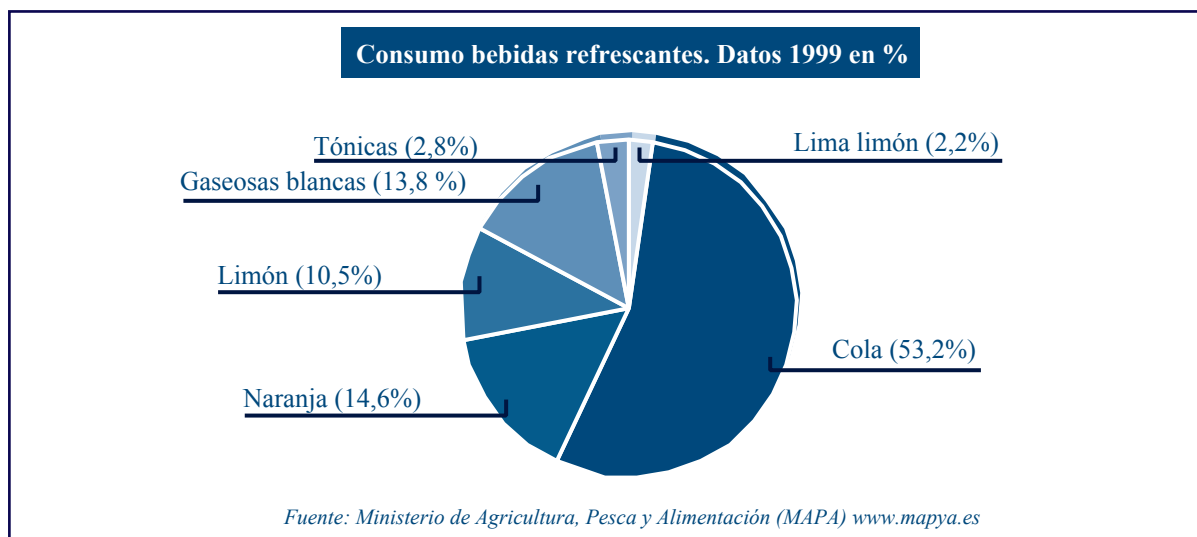
Los **canales de distribución** del sector son fundamentalmente supermercados (54,1%), hipermercados (22,7%) y las tiendas tradicionales (19%). El resto representa el 4,2% restante. Los restaurantes y hostelería en general adquieren el agua a través de distribuidores (86%), mayoristas (7,5%) y a través de la fórmula cash&carry (2,2%).

El **consumo** ronda los 97 litros por persona y año, de la cantidad total un 69,6% se dirige hacia los hogares y un 28,2% hacia los establecimientos de hostelería y restauración.

### BEBIDAS REFRESCANTES

Según datos de la **Asociación Nacional de Fabricantes de Bebidas Refrescantes (ANFABRA)**, el **mercado** español de bebidas refrescantes alcanza un volumen de 4.000 millones de litros anuales, con un valor que supera los 3.648,14 millones de euros (3.281 millones USD) y un incremento anual del 3%. Estas cifras sitúan a la industria española en tercer lugar dentro de Europa Occidental, por detrás de Alemania y Reino Unido, con una cuota cercana al 13% de las ventas de la UE.

De las bebidas refrescantes consumidas en España, el 53,2% son de cola, el 14,6% naranja, gaseosas blancas 13%, limón 10,5%, tónicas 2,8% y lima limón 2,2%. El resto de sabores suman un 2,9%.



La **estructura empresarial** se caracteriza por su concentración y por el predominio de grandes grupos multinacionales. El grupo líder acapara un 57% del total del mercado, el segundo un 14% y el tercero un 10%. Por lo que respecta al grupo de las colas, controla el 86% de las ventas suponiendo el 53% de los refrescos consumidos.

El **comercio exterior** no es importante en cuanto a exportaciones (unos 32 millones de litros anuales, alrededor del 0,9% de la producción nacional). Las importaciones suponen un 2% del mercado español, unos 70 millones de litros.

En cuanto a la **distribución comercial**, el 58,5% del consumo doméstico se adquiere en supermercados, un 31,3% en hipermercados y un 7,6% en tiendas tradicionales. Los establecimientos de hostelería y restauración compran en un 86% de los casos a distribuidores y en un 7,7% a mayoristas.

El **consumo** por persona y año alcanzó en 1999 la cifra de 100 litros, de los cuales un 60% es consumido en los hogares, un 39,2% en los bares y hostelería y un 0,7% en instituciones.

## ZUMOS

Según datos de la **Asociación Nacional de Fabricantes de Zumos (ASOZUMOS)**, el sector de zumos español ha **producido** en el año 2000 unos 873 M.l. creciendo respecto al año anterior un 4,7%. El **consumo** de néctares y zumos llegó a una cifra cercana a los 700 M.l. creciendo el importe de la compra un 11% hasta aproximarse a los 601,01 millones de euros (540'5 millones USD).

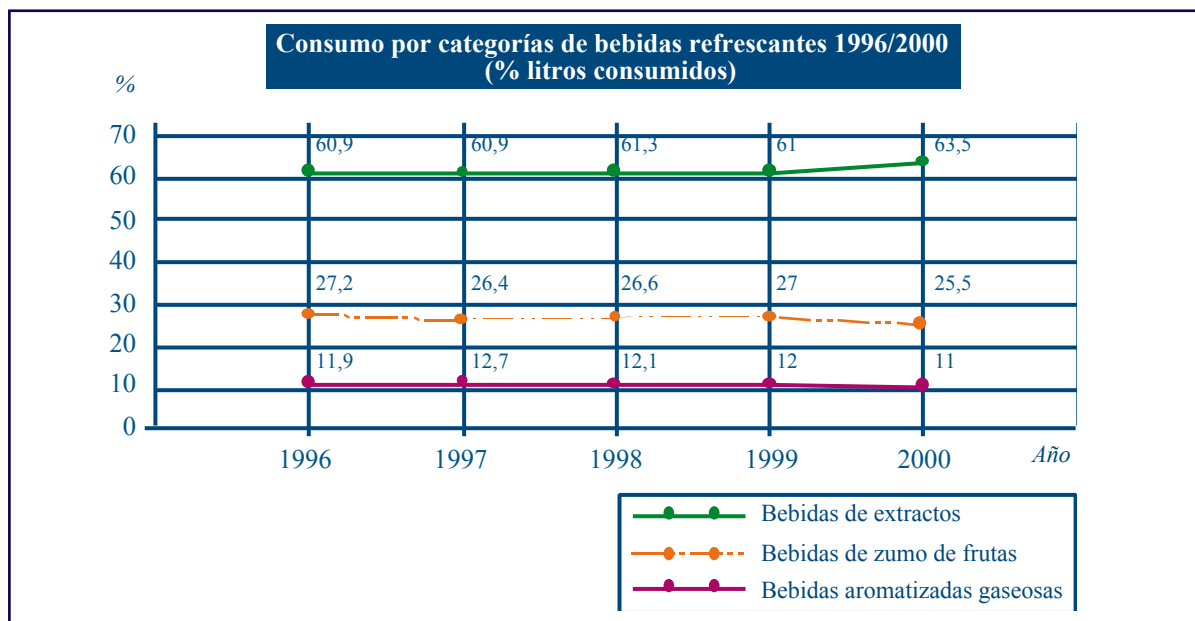
En el sector hay una apuesta por reforzar las **líneas de productos naturales, enriquecidos o preparados** como los zumos directos, los enriquecidos con calcio y vitaminas y los néctares con edulcorantes artificiales que aportan valor añadido al producto en busca de un consumidor cada vez más concienciado por temas como la salud, calidad o beneficios del producto para la misma

El **eje principal** de este sector es la elaboración de **zumo de melocotón (30%), naranja (25%) y piña (25%)**. El **grueso de la producción** sigue correspondiendo a los zumos y néctares procedentes de concentrado a temperatura ambiente, que suponen más del 90% del mercado total, aunque los nuevos productos están creciendo y son una clara apuesta de nuestra industria que busca de esta manera romper la inercia de estabilidad del mercado aportando más valor añadido en el producto.

Las **diez primeras empresas** de zumos y néctares por volumen alcanzan una cifra de 625,2 M.l., un 70% de la producción total del año 2.000

Así pues, nos encontramos ante una industria que está desarrollando un importante esfuerzo por aportar **novedad y valor añadido** al producto (zumos y néctares enriquecidos, refrigerados, vitaminados, directos etc.) que ha hecho que el valor de esas compras aumentara un 12% hasta alcanzar los 586,9 millones de euros (527'8 millones USD) y sin duda seguirá creciendo en esa dirección.

Fuente: Alimarket / Asociación Nacional de Fabricantes de Zumos - Asozumos



## 9. TRANSFORMADOS DE PESCADO

La **estructura empresarial** del sector se encuentra inmersa en un proceso de concentración que va consolidando algunos grandes grupos, ostentando el líder del sector una cuota del 12% y los 11 primeros fabricantes controlan el 70% del mercado. Actualmente existen 133 plantas elaboradoras con unos 15.600 empleados, concentrándose el 80% de la producción española en Galicia. Las diez mayores empresas del sector tienen proyectos de **inversión** por un valor superior a los 246,41 millones de euros (221'6 millones USD).

Según datos de la **Asociación Española de Fabricantes de Conservas de Pescado (ANFACO)**, 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, siendo este incremento en ambas magnitudes superior al 2% (volumen: 2'6% y valor: 2'4%).

Si nos fijamos en el **reparto de la producción por especies**, se puede comprobar como el atún es la principal especie producida por la industria española, ya que representa un 55% del volumen total producido. Después del atún, las sardinas en conserva son la segunda especie producida en mayor cantidad, seguido este producto por el atún blanco, cefalópodos, caballa y mejillones.

En España **se producen** algo más de 238.000 toneladas de pescados y mariscos a las que hay que añadir unas 8.000 toneladas de conservas de anchoas que representan un valor de alrededor de 691,16 y 54,1 millones de euros (621'6 y 48'7 millones USD) respectivamente.

PRODUCCION DE CONSERVAS Y SEMICONSERVAS DE PESCADOS Y MARISCOS								
	VOLUMEN			VALOR				
	1999	2000	% '2000 s/1999	1999		2000		% '2000 s/1999
	TM.	TM.	%	Millones USD	Millones Euros	Millones USD	Millones Euros	%
TOTAL PRODUCCION	240.652	246.906	2,6%	676,7	752	692,8	770.3	2,4%

Ante las cifras de **exportación** obtenidas en este último año la conclusión primera a la que llegamos es que el sector de conservas de pescados y mariscos ha logrado consolidar el crecimiento de su exportación, obteniendo un incremento de las mismas de más de un 24% en volumen y de casi un 20% en valor para el año 2000. Se debe destacar también que ha sido en este año 2000, donde el sector transformador de conservas y semiconservas de pescados y mariscos ha superado la barrera de las 100.000 toneladas exportadas por primer vez.

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE CONSERVAS Y SEMICONSERVAS DE PESCADOS Y MARISCOS								
	VOLUMEN			VALOR				
	1999	2000	2000 s/1999	1999		2000		2000 s/1999
	TM.	TM.	%	Millones USD	Millones Euros	Millones USD	Millones Euros	%
TOTAL	97.661	121.299	24,20%	284	315.9	339,6	377.5	19,5%

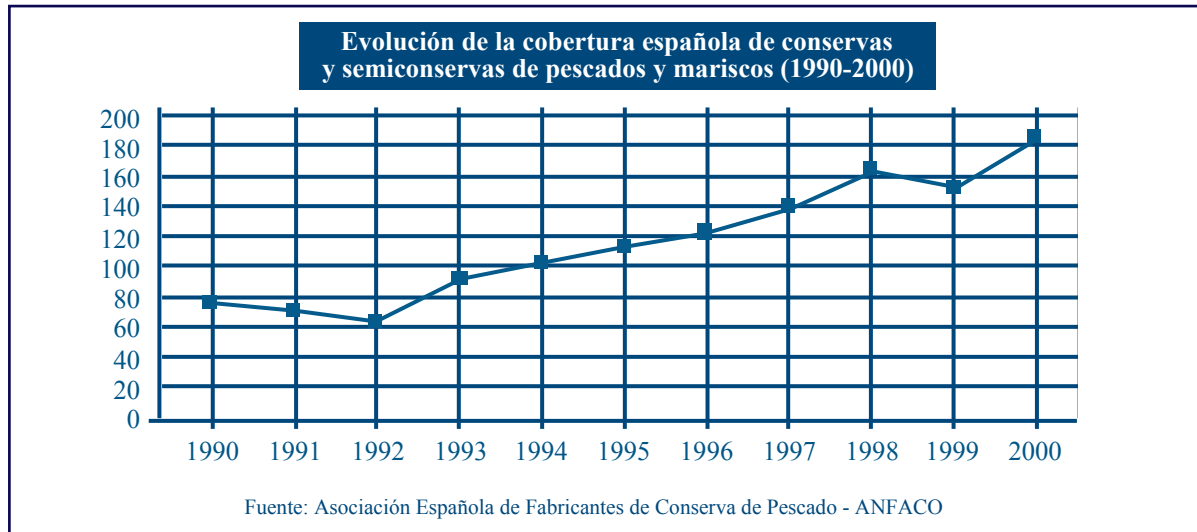
Fuente:ANFACO

En relación con las **importaciones** de conservas y semiconservas de pescados y mariscos, han tenido un descenso tanto en volumen como en valor, pasando de 84.290 toneladas con un valor de 239,45 millones de euros (215'4 millones USD) en 1999 a un volumen de 81.656 toneladas con un valor de 236,41 millones de euros (212'7 millones USD) en el 2000.

IMPORTACIONES ESPAÑOLAS DE PREPARADOS Y CONSERVAS DE PESCADOS Y MARISCOS								
	VOLUMEN			VALOR				
	1999	2000	2000 s/1999	1999		2000		2000 s/1999
	TM.	TM.	%	Millones USD	Millones Euros	Millones USD	Millones Euros	%
TOTAL	84.290	81.656	-3,12%	215,4	237,3	212,7	236,5	-0,32%

Fuente:ANFACO

En diez años hemos pasado a que nuestras exportaciones casi dupliquen a nuestras importaciones, ya que las exportaciones suponen un 83% más que nuestras importaciones. Así, el sector ha batido un récord en su balanza comercial, arrojando un saldo positivo en el año 2000 de más de 156,26 millones de euros (140'5 millones USD).



### C) LA INDUSTRIA ESPAÑOLA EN EL CONTEXTO DE LA UE

El sector alimentario es el **principal sector industrial** en la UE con una producción estimada alrededor de los 572 Billones de euros (509 Billones USD) que genera unos 2,5 millones de puestos de trabajo (un 11% del empleo industrial en Europa). Se trata de un sector con una relativamente baja concentración y casi 26.000 empresas con una media de 20 empleados.

La Industria de la Alimentación y Bebidas, como la mayoría de los sectores manufactureros de la UE, está integrada principalmente por empresas de pequeño tamaño. De sus casi 26.000 empresas, más del 80% cuenta con menos de 10 trabajadores, emplean al 20% de la mano de obra de la industria de la alimentación, y producen alrededor del 7% de la producción total.

Por el contrario, las grandes empresas (>500 empleados) representan el 0,2% del total, dan trabajo a casi el 30% de la mano de obra y contribuyen con el 40% de la producción total. La concentración de la producción en las grandes empresas es característica principalmente en los países del norte de Europa: Reino Unido, Dinamarca y Suecia.

Dentro del contexto europeo y si atendemos a la **producción**, la industria española se encuentra **dentro de los cinco primeros productores** junto a Alemania, Francia, Reino Unido, e Italia, representando un 10% del total y dentro de los cuatro primeros si atendemos al valor añadido con una cifra de 13 billones de euros.

En cuanto a generación de **puestos de trabajo** también nos encontramos entre las cinco primeras industrias nacionales, con alrededor de 365.000 empleos representando un 14% del total europeo.

Se trata de un sector con un **crecimiento global** relativamente **estable** en torno al 2% cuyas producciones principales son los cárnicos (un 19%), las bebidas (16%) y los productos lácteos (16%).

Con respecto al **comercio extra-comunitario**; las importaciones agroalimentarias representan el 9,6% del total de las importaciones y las exportaciones agroalimentarias, un 7,4% del total de las exportaciones.

## INDICADORES DEL COMERCIO EXTERIOR

INDICADORES	1988	1999
* Producción EUR 15*	358	572
* Exportación Intra EUR 15*	52	91
% de la producción	14%	16%
* Exportación Extra EUR 15*	19	37
% de la producción	5%	6%

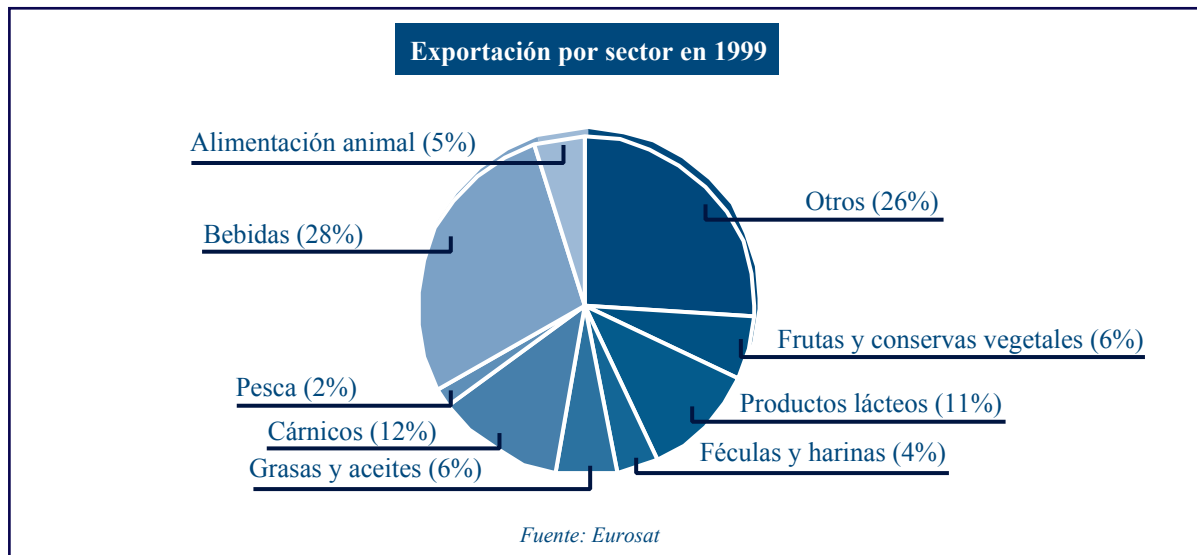
\* 1000MM euros

Fuente: CIAA basado en cifras publicadas por Eurostat

Las **importaciones** de la UE vienen principalmente de los países Mercosur como Brasil (9,9%) y Argentina (6,4%), seguido de los Estados Unidos (9,9%)

Con respecto a las **exportaciones**, el principal cliente de la IAB europea son los Estados Unidos (20%), seguido por Japón (8%) y Suiza (6%). Las exportaciones a Rusia han disminuido en los últimos años y según las últimas cifras suponen el 5,9%. Por el contrario, las exportaciones a los países de la cuenca mediterránea han aumentado y suponen el 17% de las exportaciones.

Si observamos las **exportaciones europeas de productos agroalimentarios** vemos que la industria española se encuentra dentro del grupo de los cinco países con industrias más internacionalizadas con una cifra cercana a los 3.300 millones de euros –2.937 millones USD- (un 9% del total exportado a terceros países) junto a Alemania, Francia, Países Bajos e Italia. Los **principales destinos** de las exportaciones europeas son Estados Unidos, Japón, Suiza, Rusia y Canadá representando estos países un 42% del total de las exportaciones europeas.



## PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES AGROALIMENTARIAS EUROPEAS

PAIS	Exportaciones en millones de euros	%
EE.UU	7.391	20.01
JAPON	3.029	8.02
SUECIA	2.335	6.03
RUSIA	2.157	5.09
CANADA	1.093	3.00
POLONIA	973	2.06
NORUEGA	913	2.05
AUSTRALIA	635	1.07
ARGELIA	608	1.07
REP.CHECA	568	1.05

Fuente: Eurostat

PAÍS	EMPLEADOS		NÚMERO DE EMPRESAS
	x 1000	%	
Alemania	550	22	6.145
Austria	57	2	675
Bélgica	81 <sup>1</sup>	3	737
Dinamarca	77	3	441
España	365	14	2.890
Finlandia	42 <sup>1</sup>	2	2.000 <sup>1</sup>
Francia	371	15	3.140
Grecia	43	2	507
Irlanda	47 <sup>1</sup>	2	690 <sup>1</sup>
Italia	199	8	2639
Holanda	107	4	882
Portugal	108 <sup>2</sup>	4	2.098
Reino Unido	436	17	2.156
Suecia	5922	3	882
EUR 15	2.548	100	25.746

<sup>1</sup>1 más de 1 empleado; <sup>2</sup>2 más de 10 empleados"

Fuente: CIAA basado en cifras publicadas por Eurostat.

## D) ÁREAS PRIORITARIAS PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA ESPAÑOLA

### 1. SEGURIDAD, CALIDAD, Normas ISO, HACCP

Las empresas alimentarias españolas, conscientes del papel que juega la seguridad, aplican completos **sistemas de autocontrol preventivo de HACCP** (en inglés Hazard Analysis and Critical Control Points), también conocido como **ARCP** (Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos), desde 1991, antes incluso de que la normativa de la UE lo hiciera obligatorio a través de la **Directiva 93/43**.

Como consecuencia del **Real Decreto 2207 de 1995, de 28 de Diciembre**, por el que se establecen las normas de higiene relativas a los productos alimenticios, todas las empresas españolas deben contar con un **sistema de aseguramiento de higiene** basado en el HACCP. La Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas y el Ministerio de Sanidad y Consumo colaboran desde 1990 para la elaboración de más de 20 modelos sectoriales de aplicación del sistema HACCP en las empresas.

Por otro lado en los años 90 se produjo un acercamiento progresivo y continuado de las empresas alimentarias a los sistemas de certificación de la calidad (**ISO 9000** y a la **Calidad Total**), una realidad que se refleja en la evolución del número de empresas que obtienen la ISO9000; desde que en 1993 se presentaron las primeras 14 solicitudes se ha alcanzado la cifra de 534 sin contar con aquellas otras que han obtenido el certificado de diversos organismos internacionales reconocidos.

Las empresas de alimentación españolas trabajan de acuerdo con la filosofía del **CODEX ALIMENTARIUS MUNDI** de "Análisis de Riesgos", teniendo en cuenta las tres esferas de evaluación científica, gestión del riesgo y comunicación del mismo.

Conscientes de la importancia de la seguridad en toda la cadena alimentaria y de que el consumidor así lo perciba, en 1998 FIAB constituye un **CONSORCIO PARA LA SEGURIDAD ALIMENTARIA** junto con las cuatro Asociaciones de Consumidores más representativas del país. El Consorcio, contando con apoyo de la UE, ha llevado a cabo numerosas acciones de comunicación y educación en este campo como jornadas de puertas abiertas, folletos divulgativos ("Decálogo del Consumidor", "Mitos y realidades de la seguridad alimentaria"), charlas en universidades, foros sobre seguridad alimentaria, encuentros con periodistas, día del consumidor etc.

## 2. DENOMINACIONES DE CALIDAD

Una de las actuaciones estratégicas de la **política alimentaria española** se orienta hacia **productos de alta calidad**. Uno de los mecanismos básicos de esta política son las **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, 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 acodidos a estas Denominaciones y controles de calidad.

Sin olvidar que España ya fue pionera en 1932 con el Estatuto del Vino en la conceptualización de las Denominaciones de Origen, 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 (DOP), Indicación Geográfica Protegida (IGP) y Especialidad Tradicional Garantizada (ETG)**:

- **DOP, Denominación de Origen Protegida.** Nombre de una región o lugar determinado empleado para designar un producto agrícola o alimenticio de dicho origen que tiene unas características o calidad debidas al medio geográfico en el que se realiza la producción, transformación y elaboración.
- **IGP, Indicación Geográfica Protegida.** Nombre de una región o lugar determinado empleado para designar un producto agrícola o alimenticio que posea una reputación que pueda atribuirse a dicho origen geográfico, en el que se habrá realizado al menos la producción o la transformación o bien la elaboración.
- **ETG, Especialidad Tradicional Garantizada.** Productos agrícolas o alimenticios con características específicas que se distinguen de otros productos similares, pertenecientes a la misma categoría, bien por haber sido producidos a partir de materias primas tradicionales, o bien por presentar una composición tradicional o un modo de producción y/o transformación tradicional.

El **valor económico**, que mantiene una tendencia creciente, de la comercialización de productos amparados por Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas en España alcanzó en 1997 los 2.798,55 millones de euros (2.517 millones USD), de los que 1946,72 millones de euros (1.750'8 millones USD) provenían del mercado interior y los 851,83 millones de euros (766 millones USD) restantes, del mercado exterior.

### VALOR ECONÓMICO DE LA COMERCIALIZACIÓN DE V.C.P.R.D., BEBIDAS ESPIRITUOSAS CON DENOMINACIÓN Y PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS CON DENOMINACIONES DE ORIGEN Y ESPECÍFICAS (1997)

Producto	Valor Mercado Interior (Millones euros.)	Valor Exportación (Millones euros.)	Valor Total (Millones euros.)
Vinos	1.222,96	705,7	1.928,65
Bebidas Espirituosas	429,48	91,85	521,33
Aceite Oliva Virgen	21,83	5,81	27,64
Arroz	6,91	0,04	6,95
Carnes frescas	38,19	0,1	38,29
Embutidos	6,59	0,04	6,64
Encurtidos vegetales	0,97		0,97
Espárragos	27,67	0,18	27,86
Frutas	22,05	26,52	48,57
Frutos secos	23,03	8,36	31,39
Jamones	36,72		36,72
Legumbres	0,86		0,86
Miel	0,14		0,14
Pimientos	3,67	0,04	3,72
Quesos	53,77	7,62	61,39
Salazones cárnicas	0,67	0,01	0,68
Tubérculos	1,86	0,05	1,91
Turrón <sup>49,34</sup>	5,51	54,86	
Total .....	1.946,72	851,83	2.798,56

1euro= 0,89 USD

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Como productos de alta calidad, también se considera conveniente reseñar los obtenidos por métodos de **Agricultura Ecológica** que están experimentando durante los últimos años un intenso desarrollo en nuestro país (en 1997 ocupaban más de 152.000 ha de superficie agraria) y cuya expansión se prevé que va a continuar en el futuro próximo.

Fuentes: Asociación Española de Normalización - AENOR, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación - MAPA

### 3. MEDIO AMBIENTE

La industria de la alimentación es un sector cada vez más comprometido con el medio ambiente siendo consciente de que una adecuada política industrial implica la integración de **criterios medio ambientales** y la asunción progresiva de los criterios de sostenibilidad.

Además, la industria alimentaria española esta realizando un gran esfuerzo para **adaptarse** a la nueva **legislación europea y a la normativa nacional** (en continuo proceso de transposición), obligando a la industria a realizar inversiones en modificaciones de procesos o en incorporación de medios para combatir, medir, o evaluar la contaminación, de cara a lograr su competitividad en el mercado.

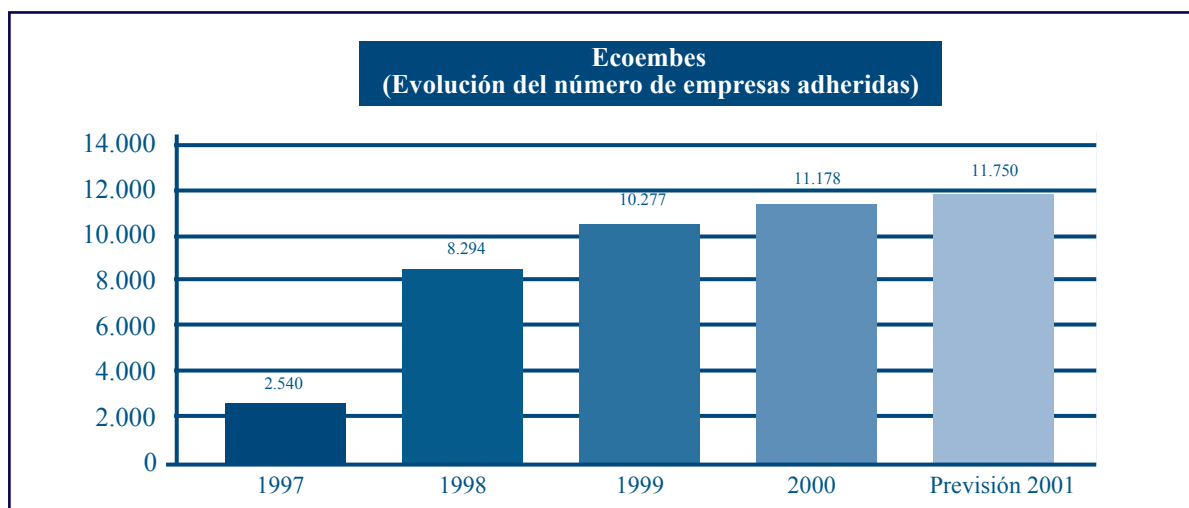
Los **residuos** generados por la industria alimentaria están constituidos en su mayoría por compuestos orgánicos fácilmente degradables y se pueden dividir en dos grandes grupos: los **efluentes líquidos** y los **residuos sólidos**. Respecto a los residuos sólidos generados por la industria de alimentación son básicamente restos de materia prima y residuos de envases. La industria ha realizado un gran esfuerzo para adaptarse a la nueva legislación europea sobre envases y residuos de envases. La Gestión de los envases se realiza a través de los **SIG (Sistemas Integrados de Gestión)**, que en España son **ECOEMBALAJES (ECOEMBES)** y **ECOVIDRIO**, promovidos por el sector privado.

Ecoembalajes España, S.A. (Ecoembes), es una sociedad anónima sin ánimo de lucro, cuya misión es el diseño y desarrollo de Sistemas encaminados a la recogida selectiva y recuperación de envases usados y residuos de envases, a fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos de reducción, reciclaje y valoración definidos en la Ley 11/97, de 24 de abril, de envases y residuos de envases.

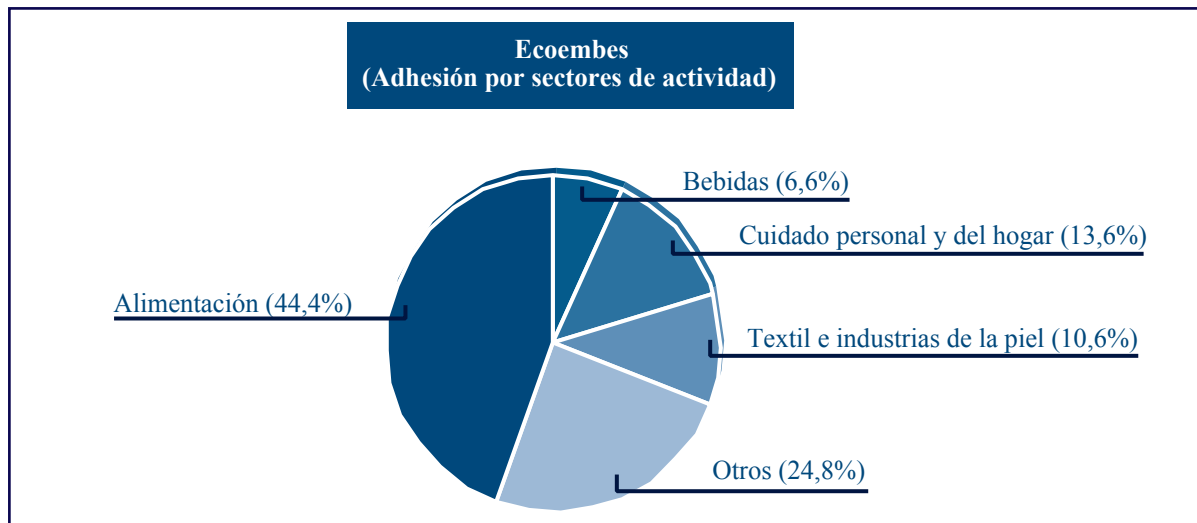
**ECOEMBES** destinó durante el pasado año **75,45 millones de euros** (67'9 millones USD) a la implantación de la recogida selectiva de envases y residuos de envases y cerca de **9 millones de euros** (unos 8 millones USD) a campañas de comunicación y concienciación ciudadana. **Así, Ecoembes ha conseguido cumplir los objetivos de reciclado intermedios fijados por la Ley para el año 2000.**

Durante 2000, ECOEMBES alcanzó **una población adherida de 30 millones de habitantes** para recogida selectiva de papel/cartón y **20 millones** para envases ligeros (envases de plástico, latas y envases tipo brik) con lo que **se evitó que 577.090 toneladas de envases y residuos de envases acabaran en vertederos**. De esta cantidad, **390.000 toneladas** fueron **recicladas** y el resto **valorizadas** energéticamente.

En cuanto a **número de empresas adheridas**, la sociedad cerró el año con un total de 11.178, con lo que la cantidad de **envases adheridos al Sistema Integrado de Gestión** ascendió a **1.670.000 toneladas**. La distribución de las empresas por sectores quedó conformada de la siguiente manera: un **56% pertenece al sector Alimentación y Bebidas**, un 13,6% a Cuidado Personal y del Hogar, un 10,6% a Textil e Industrias de la Piel y el 24,8% a otros.



Durante el año 2000, Ecoembes presentó **once planes sectoriales de prevención** en los que participaron **1.596 empresas**, que representaron el 76% de los envases adheridos al SIG.



**ECOVIDRIO** es una sociedad sin ánimo de lucro creada para gestionar la recogida selectiva de los residuos de envases de vidrio de cualquier producto y en cualquier lugar de España. Es, por definición, un Sistema Integrado de Gestión de Residuos (SIG)

Casi **1.900 empresas** españolas habían elegido, al finalizar el **año 2000**, el Sistema Integrado de Gestión **ECOVIDRIO** para cumplir con la Ley de Envases, que obliga a las empresas a financiar la recogida selectiva de los envases que ponen en el mercado. En el caso de las empresas adheridas a Ecovidrio, su participación en esta sociedad les asegura que los envases serán recogidos y reciclados en su totalidad.

En total, **291 empresas** se incorporaron a Ecovidrio durante el pasado ejercicio. La mayoría proceden del sector vitivinícola, aunque también hay un alto grado de participación de otros sectores que envasan mayoritariamente en vidrio, como el de la elaboración de cervezas, de bebidas espirituosas, de sidras y de mostos, entre otros.

Actualmente, más de **6.000 ayuntamientos** españoles cuentan con iglúes donde depositar los residuos de envases de vidrio, lo que permite que la **tasa actual de reciclado** en nuestro país se sitúe en el **40,2%** del vidrio consumido.

En el año 2000 se recuperaron **585.000 toneladas de vidrio**, unos **8 Kg. de vidrio por habitante**, dándose así cumplimiento a la **Ley de Envases y Residuos de Envases**, del 24 de abril de 1997, transposición de la **Directiva Comunitaria 94/62/CE**.

Las industrias de alimentación han trabajado en la minimización de residuos muy seriamente, realizando un **Plan Sectorial de Prevención de Residuos de Envases y Embalajes del sector de alimentación** con compromisos de reducir, hasta donde sea posible, el peso de los envases en unos años. También se ha trabajado en la publicación de un catálogo de prevención de residuos.

Por otro lado, el tema de los vertidos y emisiones contaminantes se está trabajando cumpliendo con la Directiva 96/61 sobre prevención y control integrados de la contaminación (IPPC) que incorpora cambios a cerca de los conceptos de valores límite de emisión, materializándose por primera vez en la legislación medioambiental el tan utilizado concepto de desarrollo sostenible.

FIAB participa además con todo el sector de alimentación en la elaboración del **documento sobre Mejores Técnicas Disponibles** en el que se relacionaran todas las tecnologías existentes y se estudiarán cada una de ellas desde un punto de vista técnico, medioambiental y económico para que de este trabajo se seleccionen las mejores tecnologías medioambientales disponibles económica y técnicamente viables. Se espera una versión final para principios del 2003.

Las empresas del sector industrial se pueden adherir con carácter voluntario a los **Sistemas Comunitarios de Gestión y Auditoría Medioambiental** (conocido como **reglamento EMAS**) cuyo principal objetivo además de contemplar el cumplimiento de la legislación ambiental, es promover la mejora continua de la organización de las actividades en relación con el medio ambiente para optimizar los resultados.

Otra opción, también voluntaria, es la **certificación medioambiental**. Actualmente existen más de 50 instalaciones industriales de nuestro sector que están certificadas por la norma medioambiental ISO 14000, siendo sólo el principio ya que la respuesta de las empresas ha sido muy rápida y en estos momentos se puede decir que aquellas que aún no están certificadas se encuentran muy avanzadas en este proceso.

Fuentes: Depto. Técnico de FIAB, Ecoembes, Ecovidrio / [www.ecoembes.com](http://www.ecoembes.com) / [www.ecovidrio.es](http://www.ecovidrio.es)

#### **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.

FIAB lleva años tratando de impulsar y fomentar la formación a través de numerosas iniciativas, si bien, podemos situar en 1993 el origen de su mayor contribución en este campo, a raíz de la firma del **I Acuerdo Nacional de Formación Continua** entre las organizaciones empresariales y sindicales más representativas.

En mayo del 93, las organizaciones empresariales y sindicales firmantes de este I Acuerdo, deciden adoptar la forma de Fundación privada de carácter benéfico-docente, constituyendo la **Fundación para la Formación Continua en las Empresas (FORCEM)**, que es la entidad encargada de impulsar y difundir la Formación Continua entre empresas y trabajadores, y de gestionar las ayudas a la formación continua, así como realizar su seguimiento y control técnico.

Las iniciativas de formación que son objeto de la actuación de FORCEM pueden adoptar las siguientes **modalidades**:

- Planes de Formación
- Permisos Individuales de Formación
- Acciones Complementarias y de Acompañamiento a la Formación

FORCEM participa también en calidad de **cofinanciador o socio en programas e iniciativas europeas**, tales como el Programa Leonardo y la iniciativa ADAPT. En este marco aparecen las Comisiones Paritarias –Territoriales y Sectoriales- como mecanismo para lograr la mayor participación posible de los agentes sociales.

Nuestro sector ha sido uno de los pioneros al constituir, en marzo de 1993, su propia **Comisión Paritaria Sectorial**, tras la firma del correspondiente **Acuerdo Sectorial de Formación Continua para la Industria de Alimentación y Bebidas**, entre la organización empresarial FIAB y las organizaciones sindicales CC.OO. y U.G.T.

Las **cifras de 1999** nos dan una idea de la importancia de estos fondos y de los planes formativos desarrollados. En total se solicitaron 5.643 planes sectoriales, unos 2.154'8 millones de euros (1.938 millones USD) siendo aprobados 4.549 planes con una dotación de 443,63 millones de euros (399 millones USD) de los cuales 4.089 planes han sido certificados con una financiación de 384,02 millones de euros (345'4 millones USD).

La **industria de la alimentación y bebidas**, una de las principales demandantes de planes de formación, solicitó **313 planes** con una financiación de 97,09 millones de euros (87'3 millones USD), siendo aprobados 263 planes con una financiación de 12'8 millones de euros (11'5 millones USD) certificándose 225 planes y 10'8 millones de euros (9'7 millones USD). Más en concreto, el sector realizó 1.667 acciones formativas certificadas que representan cerca de un millón y medio de horas certificadas de las que se beneficiaron 42.727 participantes.

Hemos concebido pues un modelo que se centra en conseguir que las empresas asuman la **formación como una inversión** y que sean conscientes de la importancia del factor humano como pieza clave para el desarrollo.

#### **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.

Por parte de la industria vemos que según datos de 1999 **han invertido en investigación y desarrollo** 173 empresas del sector de alimentación y bebidas, empleando a unas 1.230 personas en esta labor.

Según la encuesta del INE de 1998, el sector de IAB es el segundo sector industrial a nivel nacional en **gastos de innovación**, llegándose en el año 1998 a una inversión superior a los 462,78 millones de euros (416'2 millones USD), mientras que sus **gastos en I+D** fueron del orden de 66,11 millones de euros (59'5 millones USD) lo que le sitúa en el undécimo lugar. El resultado de la encuesta indica que de los 39 sectores consultados, 13 sectores realizan el 80% del gasto total en I+D, de los que el sector alimentario ocupa el undécimo puesto. Es decir, ocupa una posición bastante más destacada en gastos de innovación que en gastos de I+D.

Así, los **gastos de innovación** del sector de IAB en el segmento de **grandes empresas respecto a las ventas suben al 5,6%** y se sitúan en **cuarto lugar a nivel nacional sobre los 13 sectores** comparados, mientras que los gastos de I+D sobre ventas son del 0,5%, por tanto la relación de gastos de innovación frente a los de I+D es del 11,2, frente a la media del sector que es 7. Es decir cuanto más pequeña es la empresa menor porcentaje sobre sus ventas los dedica a innovación. Otro dato que ratifica esta información es que si comparamos las empresas de más de 20 empleados, frente los que tienen menos de esa cantidad, observamos que en primer caso este índice es 0,88%, mientras que en el segundo disminuye a 0,68%. Según la encuesta de grandes empresas el 48,6 % de ellas hacen innovación en productos y el 20% en procesos, mientras que un 31,4 lo hacen en los dos campos.

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. En particular, la acción estratégica Control de la Calidad y Seguridad de los Alimentos, gestionada por el **Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria (INIA)**, se enmarca dentro del Programa Nacional de I+D+I de Alimentación que forma parte del **Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2.000 – 2.003**. La Comisión Interministerial de Ciencia y Tecnología (**CICYT**) es el principal órgano de planificación, coordinación y seguimiento del PLAN NACIONAL, encargado de definir junto con el sector una **estrategia global** que incluya todas las actuaciones públicas gestionadas por los diferentes Departamentos ministeriales con competencias en I+D+I

Mediante el desarrollo de los proyectos de investigación encuadrados dentro de esta acción estratégica en la que la iniciativa privada juega un importante papel se pretende **garantizar la calidad y seguridad alimentaria** de las materias primas en la industria agroalimentaria, la seguridad y fiabilidad de los procesos de dicha industria, la calidad de los alimentos de consumo en fresco y los productos elaborados e implementar procedimientos y técnicas existentes, desarrollando nuevas metodologías adecuadas a todo este tipo de actuaciones.

Desde el año 1986 la FIAB viene celebrando cada diez años un **Congreso Nacional de I+D en el Sector Agroalimentario** para determinar los objetivos prioritarios del Plan Nacional de I+D Agroalimentario y participa activamente cada cuatro años en la elaboración de este Plan

La UE considera que las **políticas de Ciencia y Tecnología** constituyen un elemento de primordial importancia en el desarrollo de las sociedades modernas, porque hay una relación directa entre la **capacidad de innovación** de un país y su **competitividad**. La Comisión Europea por su parte ha elaborado el **Quinto Programa Marco de Investigación y Desarrollo Tecnológico (IDT)** de la UE que se ha concebido para contribuir a establecer las prioridades de las actividades de IDT de la UE para el período 1998-2002.

El nuevo programa está estructurado en cuatro programas específicos y tres programas horizontales, así como en acciones directas del Centro Común de Investigación, para lo que se han destinado **14.960 millones de euros (13.314 millones USD)** para este periodo **1998-2002**.

La **OTRI FIAB (Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación de la FIAB)** es una interfase entre el sector industrial y el de investigación y tiene entre sus fines poner a disposición de las empresas asociadas del sector los resultados obtenidos en los proyectos de I+D de financiación pública tanto por los centros públicos como por los centros privados de investigación. A estos efectos se consideran centros públicos y privados de investigación: Universidades (públicas y privadas), OPI's (Organismos Públicos de Investigación), Centros tecnológicos y Centros privados de investigación sin ánimo de lucro.

La FIAB inspiró un modelo de Centros Técnicos privados con financiación inicial pública, que se concretó en el **Centro Técnico Nacional de Conservación de Productos de la Pesca (ANFACO-CECOPECA- [www.anfaco.es](http://www.anfaco.es))**, **Centro Técnico Nacional de Conservas Vegetales - Laboratorio del Ebro ([www.ctncv.es](http://www.ctncv.es))**, debiendo mencionar también en este apartado al **Instituto de Estudios Documentales del Azúcar y la Remolacha (IEDAR - [www.iedar.org](http://www.iedar.org))**, existiendo también otros de carácter sectorial que concentran sus acciones en las necesidades básicas más cercanas a la actividad industrial corriente. Actualmente se está llevando a cabo un **Centro técnico para el sector de avícola de puesta en Soria**.

### III- EL COMERCIO ALIMENTARIO

## A) MERCADO NACIONAL

### 1. CONSUMO ALIMENTARIO

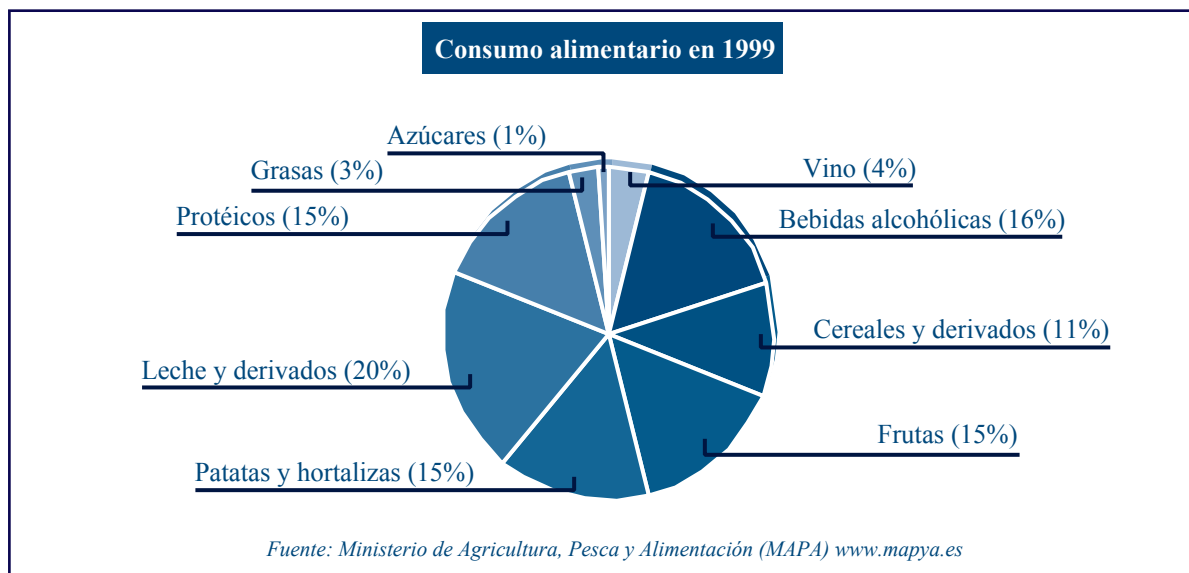
Los cambios sociales, políticos y culturales que ha sufrido España en los últimos veinte años han determinado **nuevos hábitos y gustos en la población**, siendo lógico que éstos afecten directamente al consumo alimentario de la población.

Se ha producido un acercamiento a la dieta alimenticia de los países del Norte, aunque sigamos encuadrándonos mayoritariamente dentro de lo que se conoce como **Dieta Mediterránea**, de amplio reconocimiento nutricional y cultural. Se han producido respecto a esta dieta desviaciones más altas para el consumo de productos proteicos y grasas, quedando algo bajo el de cereales y sus derivados.

En el estudio sobre el consumo alimentario elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en 1999 se observa que el **consumo de productos de alimentación** ronda los **52.889 millones de euros** (47.567 millones USD), 1.241 millones de euros. más que el año anterior, aumento que se debe al incremento del gasto tanto en los hogares (2,45%) como en la hostelería y restauración (2,3%) e instituciones (4,6%).

El **gasto medio en alimentos** dentro del hogar fue de 954,25 euros (858 USD) por persona, lo que representa un 1,6% más que el año anterior. Se mantiene una evolución de la estructura del gasto, disminuyendo la importancia de los productos ricos en hidratos de carbono, manteniéndose la de los vinos y aumentando la de los proteicos. Sufre un incremento en carnes, pescados, leche, frutas y bebidas analcohólicas y disminuye en pan/cereales, huevos, aceites, algo en patatas y hortalizas y se mantiene el gasto de vinos, azúcar y chocolates.

El siguiente gráfico representa el **consumo total en España en 1999** (hogares, hostelería y restauración):



El **volumen de alimentos** creció un 1,3% manteniendo la tendencia de crecimiento moderado.

Se mantiene igualmente en la misma línea la **estructura del gasto** entre hogares (72%), hostelería y restauración (26%) – que siguen su línea ascendente- e instituciones (2%).

Es de destacar que el **supermercado de barrio** gana cuota de mercado a las grandes superficies y la alimentación fresca se sigue adquiriendo con una cuota próxima al 50% en las tiendas tradicionales y en los mercados de abastos.

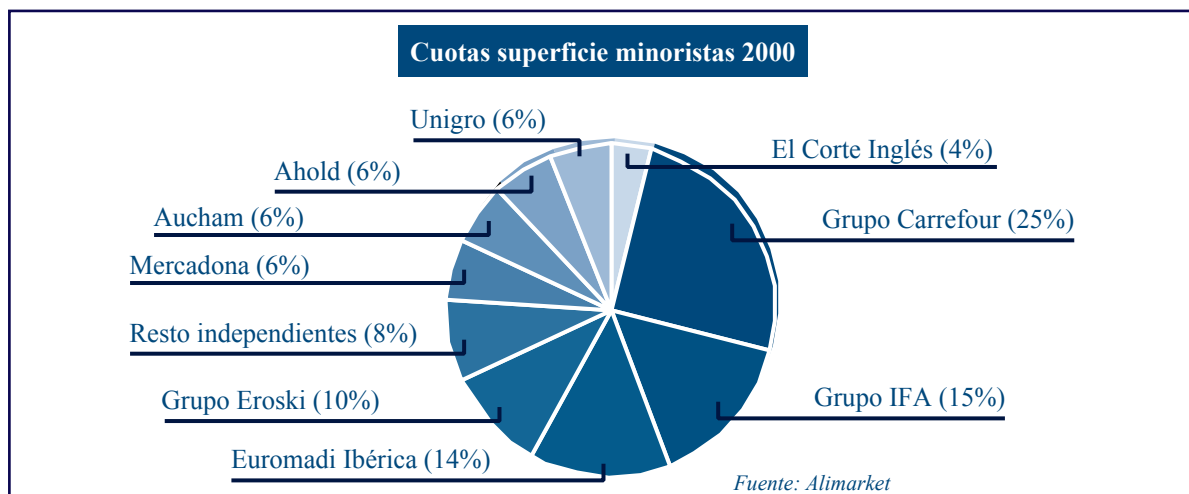
## 2. ANALISIS DEL MERCADO DE LA DISTRIBUCION

La distribución actual como en la mayoría de las economías modernas está marcada por un fuerte **proceso de concentración** de las grandes cadenas. La distribución alimentaria en España está representada por unas **1.208 sociedades** o grupos frente a las 1.271 del año pasado. Esta disminución se debe básicamente a la adquisición de empresas o a su cese de actividad como consecuencia de este constante proceso de concentración empresarial. Los 10 primeros operadores aglutinaban a finales de 2000 un 65,2% de la superficie total, lo que contrasta con la atomización del sector productor donde como ya se señaló en este informe las cien primeras empresas del sector no llegan al 50% de la producción. Esta situación le plantea dificultades a muchas empresas productoras que ven como sus ventas se encuentran con un nuevo panorama de grupos muy fuertes que fijan condiciones muy duras a la hora de establecer la política de compras y condiciones de pago.

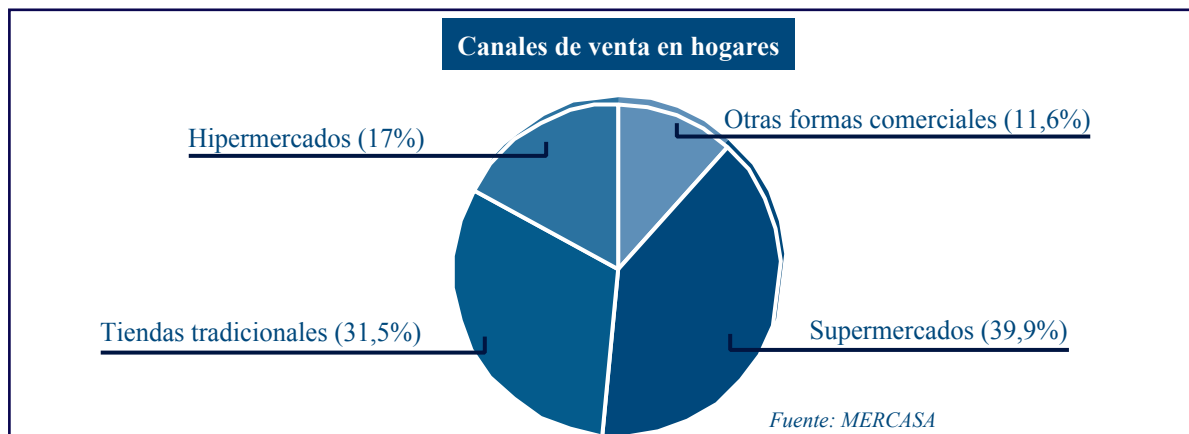
Así pues tenemos una situación de concentración de la distribución con una tasa anual acumulativa del 13,4%.

En conjunto la **facturación** de la distribución en 1999 ronda los 42.552 millones de euros (38.270 millones USD) con un incremento del 7,3% en relación con los 39.667 millones de euros (35.676 millones USD) del ejercicio anterior. Así pues vemos que la concentración influye directamente en el tamaño de las empresas que dominan el mercado. En el año 2000 se han inaugurado 900 nuevas tiendas de distribución, que suponen unos 600.000 nuevos metros cuadrados netos de superficie, lo cual implica una reducción de la ventas por metro cuadrado y se traduce en la necesidad de mantener un fuerte ritmo de expansión propia o de adquisiciones para mantener la posición en el mercado.

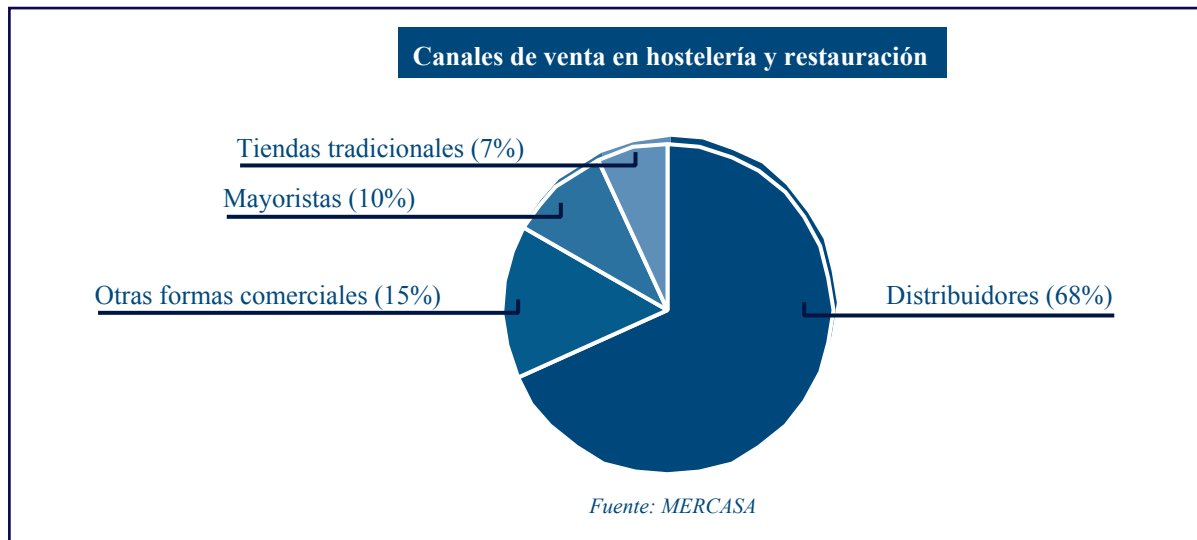
A partir del cuadro que se muestra a continuación observamos que 9 grupos controlan el 90% de la superficie minorista:



En cuanto a los **canales de venta**, vemos que en los **hogares** el principal canal de venta son los supermercados seguidos de las tiendas tradicionales y de los hipermercados (ver gráfico). La evolución de los últimos años viene marcada por un moderado descenso de las tiendas tradicionales, el refuerzo del liderazgo de los supermercados y el estancamiento de los hipermercados, junto al mantenimiento de una importante cuota de mercado para el resto de fórmulas de venta. En 1999 las tiendas tradicionales pierden cuota (32,9% en 1998, 31,5% en 1999), los supermercados crecen 1,4% en 1999, los hipermercados bajan un 0,3% y el resto de formas comerciales sube 0,3%.



Respecto a **hostelería y restauración** en el siguiente gráfico podemos observar que la mayoría se abastece a través de distribuidores, seguidos de otras formas y de mayoristas:



El **gasto total en alimentación** y bebidas realizado por los **establecimientos de hostelería y restauración** ascendió en 1999 a 13.823 millones de euros (12.432 millones USD), un 2,3% más que el año anterior. Los establecimientos de hostelería utilizan por lo general la figura del distribuidor, que les abastece directamente, aunque en los productos frescos hay porcentajes importantes de compras a mayoristas (18%) y tiendas tradicionales especializadas (7%).

## B) COMERCIO EXTERIOR

### 1. Balanza comercial

En los últimos años hemos asistido a un importante **crecimiento de las exportaciones** de productos agroalimentarios. Así, entre los años 1995 y 1999 las exportaciones han crecido un 54,5%, un 30% por encima de las importaciones que aumentaron un 24,6%. Estas cifras nos perfilan la importancia que han adquirido los mercados exteriores para nuestras empresas, que en los últimos años han tomado especial conciencia de la importancia de abrirse camino en mercados internacionales.

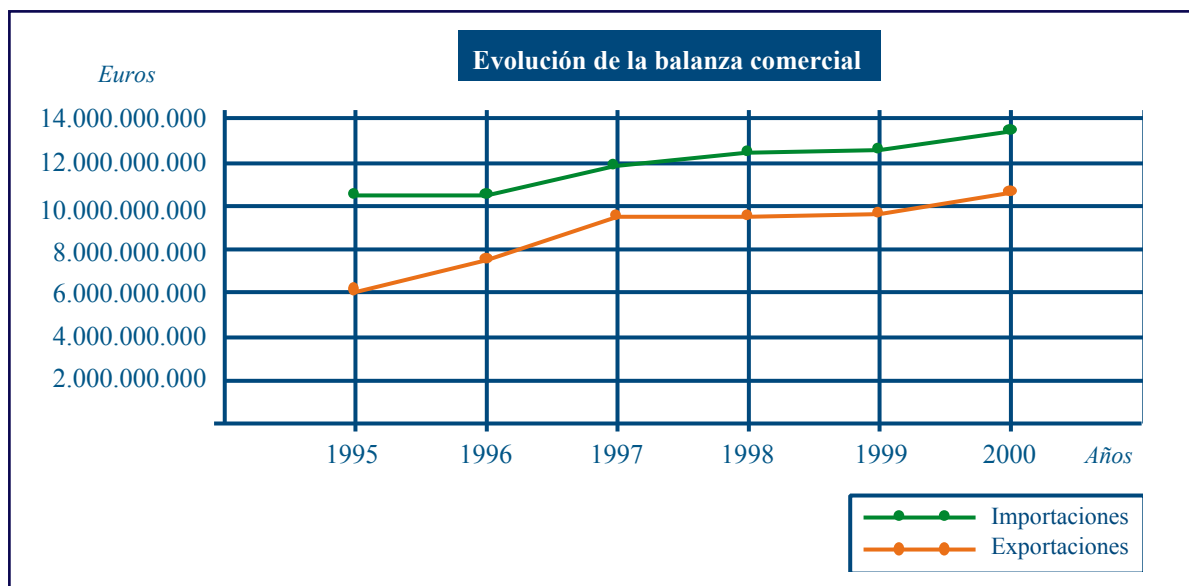
En el **año 2000** se exportaron productos agroalimentarios por un valor superior a 10.217,2 millones de euros (9.189 millones USD) mientras que las importaciones alcanzaron una cifra cercana a los **13.222 millones de euros** (11.892 millones USD), un 23,8% del total del consumo nacional aproximadamente, resultando un saldo negativo de la balanza comercial de agroalimentarios. Sin embargo el **saldo negativo ha venido disminuyendo progresivamente**, ya que mientras las exportaciones han crecido a un ritmo del 3 y 11% entre 1998 y 2000 las importaciones han crecido a un ritmo menor, un 1 y un 5% respectivamente.

En el siguiente cuadro podemos apreciar la **evolución** en los tres últimos años del comercio exterior de productos de alimentación:

	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SALDO
	EUROS	EUROS	EUROS
TOTAL 1995	6.117.438.336	10.617.807.047	-4.500.368.711
TOTAL 1996	7.292.927.059	10.461.088.688	-3.168.161.629
TOTAL 1997	9.173.830.498	11.687.562.522	-2.513.732.024
TOTAL 1998	9.153.315.181	13.219.578.093	-2.606.991.209
TOTAL 1999	9.421.590.706	12.542.934.811	-3.121.344.104
TOTAL 2000	10.612.586.883	12.361.307.397	-3.207.992.215

1 euro= 0,89 USD

Fuente: S.G. Comercio Exterior



## BALANZA COMERCIAL 2000

CAPITULO ARANCELARIO	EXPORTACIONES		IMPORTACIONES	
	EUROS	PESO	EUROS	PESO
01 ANIMALES VIVOS	323.145.185,86	209.036.666,60	399.268.885,65	155.774.913,66
02 CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES	1.220.006.529,09	630.528.044,09	717.169.155,15	286.016.215,66
03 PESCADOS Y CRUSTÁCEOS Y MOLUSCOS	1.412.123.656,89	667.377.966,65	3.453.362.219,57	1.181.704.827,07
04 PRODUCTOS LÁCTEOS, HUEVOS Y MIEL	517.911.584,63	436.594.553,13	1.006.054.477,01	897.327.781,23
05 LOS DEMÁS PRODUCTOS ORIGEN ANIMAL	53.599.102,17	93.576.827,92	94.180.340,48	55.292.412,49
06 PLANTAS VIVAS Y PTOS. FLORICULTURA	186.704.285,93	116.793.524,86	141.215.677,85	65.777.973,12
07 LEGUMBRES Y HORTALIZAS	2.641.567.400,92	3.665.167.719,07	637.196.037,24	2.992.343.568,30
08 FRUTOS COMESTIBLES	3.517.122.508,14	5.319.329.382,69	742.243.005,08	878.425.870,54
09 CAFÉ, TÉ, YERBA MATE Y ESPECIAS	133.491.670,26	47.591.936,49	450.022.969,08	246.287.778,81
10 CEREALES	261.091.686,80	1.092.587.437,00	974.445.963,13	6.830.427.963,36
11 PRODUCTOS DE LA MOLINERÍA	113.838.660,43	403.832.847,00	62.381.241,35	170.329.476,03
12 SEMILLAS Y FRUTOS OLEAGINOSOS	96.278.896,09	354.945.848,61	1.037.766.514,65	3.865.106.090,99
13 GOMAS Y RESINAS	113.932.347,16	12.369.421,92	62.573.329,42	11.282.423,63
14 MATERIAS TRENZABLES	5.955.773,44	8.364.013,50	20.489.363,76	28.039.852,00
15 GRASAS Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES	1.143.879.915,94	865.998.599,76	324.785.521,58	658.329.791,60
16 PREPARADOS DE CARNES Y PESCADOS	560.163.234,35	173.403.189,06	321.020.924,98	103.595.890,35
17 AZÚCARES Y ARTÍCULOS DE CONFITERÍA	501.336.796,12	396.312.982,30	379.669.441,30	779.315.480,71
18 CACAO Y SUS PREPARADOS	150.855.509,08	84.470.411,96	263.310.783,18	177.807.406,28
19 PTOS. DE PASTELERÍA	369.457.377,69	231.031.756,80	438.925.294,31	226.452.722,19
20 PREPARADOS DE LEGUMBRES Y HORTALIZAS	1.289.871.985,87	1.240.983.947,12	451.964.733,87	470.743.120,60
21 PREPARACIONES ALIMENTICIAS DIVERSAS	459.032.629,75	199.416.681,00	671.802.628,25	171.802.326,62
22 BEBIDAS, ALCOHOLES Y VINAGRES	1.674.964.370,72	511.777.614,67	1.171.328.163,10	346.017.807,88
23 RESIDUOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTICIA	211.649.971,64	604.065.910,12	919.056.143,79	4.368.561.226,24
TOTAL AGROALIMENTARIOS	16.957.981.078,99	17.365.557.282	14.740.232.813,79	24.966.762.919
TOTAL INDUSTRIA ALIMENTACION	10.612.586.883,99	8.264.266.656	13.219.578.093,63	21.030.215.507
SALDO		-433.766.839.406		

1 euro = 0,89 USD (25 Oct. de 2001)

Fuente: D.G.Aduanas, y S.G. Comercio Exterior

PRINCIPALES DESTINOS EXPORTACIONES INDUSTRIA ALIMENTACION AÑO 2000		
Ranking	Países	Mill. Euros.
1	FRANCIA Y MONACO	1.844,50
2	PORTUGAL	1.551,95
3	ITALIA	1.470,58
4	ALEMANIA	828,34
5	REINO UNIDO	666,11
6	ESTADOS UNIDOS	632,55
7	JAPON	325,9
8	PAISES BAJOS	278,39
9	BELGICA	202,62
10	RUSIA	151,7
11	GRECIA	143,82
12	SUIZA	128,67
13	DINAMARCA	118,07
14	CHINA	109,13
15	SUECIA	107,67
16	MEXICO	86,16
17	ANDORRA	85,25
18	CANADA	74,69
19	ARGELIA	69,69
20	AUSTRALIA	65,52
21	ARABIA SAUDITA	64,8
22	TURQUIA	60,5
23	MARRUECOS	59,54
24	ARGENTINA	52,89
25	LIBIA	51,6
26	AUSTRIA	50,98
27	CUBA	50,41
28	BRASIL	48,55
29	FINLANDIA	43,39
30	NORUEGA	39,43

1 euro = 0,89 USD (25 Oct. de 2001)

Fuente: D.G. Aduanas

El área con la que se mantiene un flujo comercial de mayor importancia en el sector agroalimentario es la **Unión Europea**, resultando un saldo positivo de 42.071 millones de euros (37.838 millones USD) en la balanza comercial con los países que la componen.

Los cinco destinos que más incrementaron sus exportaciones entre 1999 y 2000 fueron China (51,4%), México (46,8%), Polonia (39,8%), República Checa (32,7%) e Italia (30,5%).

## 2. Proyección Internacional. Exportación - Inversión

La apertura comercial en mercados exteriores de nuestras empresas se encuentra en muchos casos en una fase avanzada de consolidación del producto y de las marcas. Este proceso en muchas ocasiones desemboca en **inversiones directas en el extranjero** que se articulan a través de la instalación de plantas propias, almacenes reguladores, acuerdos asociativos con empresas del país de destino tipo joint venture etc.

En la tabla siguiente podemos observar que en el período comprendido en los años 1997, 1998 y 1999 la industria de alimentación realizó inversiones en el exterior por un valor de cerca de **480,81 millones de euros** (432'4 millones USD), siendo el año 1998 en el que se materializó una mayor cifra de inversiones.

	Enero - Diciembre 1997		Enero - Diciembre 1998			Enero - Diciembre 1999		
SECTORES	Importe	%	Importe	%	Variación 1998/1997		%	Variación 1999/1998
<b>15 INDUSTRIA ALIMENTACIÓN</b>	125,52	1,4	192,69	1,04	54	154,26	0,3	-20
<b>TOTAL GENERAL</b>	9.111,86	100	18.484	100	103	58.405,06	100	216

\*Millones de euros

Fuente: D.G.Comercio e Inversiones [www.mcx.es/polco/](http://www.mcx.es/polco/)

Estos datos nos dan una orientación sobre el importante grado de apertura e internacionalización de nuestra industria agroalimentaria en los últimos años.

### **3. Promoción**

En todos los sectores 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.

El proceso de internacionalización de las empresas españolas de alimentación se ha visto apoyado y fomentado tanto desde las **organizaciones privadas** (FIAB y sus asociaciones) y **Cámaras de Comercio** como desde la **Administración** (Instituto Español de Comercio Exterior, MAPA, Comisión Europea y CC.AA).

En nuestro caso, el plan sectorial es el eje vertebrador de estos esfuerzos y en torno al mismo se realiza la planificación de las acciones de promoción agroalimentaria a través de programas específicos. Especialmente se ha hecho un esfuerzo notable para apoyar la internacionalización de la Pequeña y Mediana Empresa desde las distintas administraciones y asociaciones sectoriales.

Así pues, tenemos como **organismos** implicados en la promoción exterior de productos agroalimentarios:

#### **- 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 Comercio y Turismo 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. Para ello, diseña y ejecuta programas de promoción e inversión, y acopia y difunde información sobre la oferta española y los mercados exteriores.

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. En estas últimas, el ICEX cuenta con los Centros de Información y Documentación (CID) que facilitan estos servicios en las Comunidades Autónomas.

#### **- 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.**

Junto a la Administración Estatal y Autonómica las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación desarrollan un papel activo en la actividad de apoyo a la internacionalización. Las Cámaras de Comercio (en estos momentos existen 85 Cámaras con más de 130 puntos de atención a las empresas) tienen que destinar por ley una parte muy importante de los recursos procedentes de las cuotas empresariales (2/3), a realizar actividades de promoción exterior. El Consejo Superior de Cámaras entre otras funciones desempeña la labor de coordinar las acciones de promoción exterior del Plan Cameral.

### **- 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 CDEA (Comercializadora de Productos Andaluces), IVEX (Instituto Valenciano de Exportación), EXCAL(Exportadora de Castilla y León), IMADE (Instituto Madrileño de Desarrollo), Instituto de Fomento de la Región de Murcia, SIPCA (Sociedad Instrumental para el desarrollo del Comercio Aragonés), IDI (Institut D'Innovació Empresarial de les Illes Balears), ANAEX (Asociación Navarra de Empresas Exportadoras), EXPORTASTUR, FOMENTO DE MERCADOS (Extremadura), PRODECA (Cataluña), SODERCAN (Sociedad para el Desarrollo Regional de Cantabria) y PROEXCA (Canarias).

### **- FIAB y sus Asociaciones**

FIAB tiene suscrito con el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) un convenio de colaboración entre cuyos objetivos figuran promover nuevos sectores y empresas en el campo de la exportación, desarrollar acciones promocionales con carácter horizontal para el sector de la industria de la alimentación y bebidas y fomentar entre los sectores y empresas alimentarias aspectos relacionados con la cooperación empresarial. Igualmente ha impulsado la celebración de reuniones conjuntas en las que están presentes ICEX, MAPA, Oficinas de Promoción de las Comunidades Autónomas y el Consejo Superior de Cámaras.

Actualmente estamos desarrollando el **Proyecto América Latina – Alimentaria**. Con el objetivo de mejorar los contenidos de la Feria ALIMENTARIA, el Comité Organizador de esta feria aprobó a finales del 2000 este proyecto sobre la base de una doble estrategia:

- profundizar en la internacionalización del certamen
- ofrecer un punto de encuentro entre América Latina, España y Europa con actividades de interés en todos los órdenes de la industria de alimentación y bebidas.

Siguiendo esta línea estratégica hemos decidido junto con los organizadores poner en marcha la iniciativa americana en alimentaria, que pretende hacer de la feria el centro neurálgico de la industria latinoamericana, española y europea. Este proyecto contempla los siguientes eventos:

A tal efecto el Proyecto se desdobra en tres grandes componentes:

- 1. Cumbre institucional.** Aprovechando que la Presidencia de la Unión Europea corresponde a España durante el primer semestre de 2002, se organizará una conferencia sobre temas comerciales (OMC / Acuerdos Regionales y políticas agroalimentarias) en la que está previsto participen máximas autoridades de la UE y de diferentes países latinoamericanos.
- 2. Encuentros Empresariales.** La parte más empresarial del proyecto se materializa en tres acciones concretas:
  - + *Pabellón Iberoamericano*, situado en el área internacional de ALIMENTARIA con una extensión de 1.500 m<sup>2</sup> como área específica de exposición de los productos latinoamericanos, pudiendo concurrir las empresas bien individualmente, bien de forma agrupada
  - + *Encuentros Empresariales*, en la que empresarios latinos, españoles y europeos puedan llegar establecer acuerdos de comercialización cruzada, de transferencia de tecnología y know-how, de fabricación conjunta o bajo licencia, joint-ventures, ... Se espera la presencia de 50 empresas latinas originarias de Argentina, Brasil, Chile, México, Colombia Paraguay y Costa Rica, por un lado, y 200 empresas europeas entre las que destacarán las españolas pero también de Francia, Reino Unido, Alemania e Italia.

+ *Encuentros Comerciales*, diseñados para compradores que podrán encontrarse con una selección de entre el centenar de fabricantes participantes. Se espera la participación de unos 25 a 30 empresarios latinoamericanos (BRASIL, ARGENTINA, MÉXICO, CHILE, PERU, COLOMBIA, VENEZUELA y CENTROAMÉRICA).

**3. Encuentros de Innovación Tecnológica.** En su primera edición y con el objetivo de lograr un mayor acercamiento de los diferentes ámbitos e intereses, se organizará a cabo estos Encuentros en el contexto de ALIMENTARIA 2002. Los temas a debate serán la gestión del ciclo de proyectos en I+D+I agroalimentaria, los modelos y sistemas de aseguramiento de la calidad, y las nuevas vías para alcanzar la confianza del consumidor.

Esta iniciativa, que se pondrá en marcha en marzo de 2002, tendrá continuidad desarrollándose en lo sucesivo en cada edición bianual de la feria alimentaria

Por otra parte algunas asociaciones miembros de FIAB tienen una amplia experiencia de apoyo a la internacionalización de sus empresas y desarrollan actividades que están coordinadas por los diferentes Planes Sectoriales: ASOLIVA, FEAD, FEDEJEREZ, FEV (a través de sus asociaciones en las distintas zonas con Denominaciones de Origen), 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 han sumado 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". Además la Comisión cuenta con 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 AI – 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 FIAB fue una de las primeras asociaciones sectoriales que se incorporó a la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y, hasta su creación no existía una representación unitaria de las empresas alimentarias, ya que ésta se encontraba dispersa entre las diferentes asociaciones subsectoriales.

En la actualidad, los **subsectores** que componen la oferta alimentaria española se encuentran organizados en **54 asociaciones** que están integradas en la Federación:

### ASOCIACIONES

- 1- ASOCIACION NACIONAL DE INDUSTRIALES ENVASADORES Y REFINADORES DE **ACEITES COMESTIBLES**  
www.anierac.com
- 2- ASOCIACION ESPAÑOLA DE LA INDUSTRIA Y COMERCIO EXPORTADOR DE **ACEITE DE OLIVA (ASOLIVA)**  
www.asoliva.es
- 3- ASOCIACION NACIONAL DE EMPRESAS PARA EL FOMENTO DE **OLEAGINOSAS NACIONAL Y SU EXTRACCION (AFOEX)**
- 4- ASOCIACION DE EXPORTADORES DE **ACEITUNAS DE MESA (ASEMESA)**  
www.asesma.com
- 5- ASOCIACION NACIONAL DE EMPRESAS DE **AGUAS DE BEBIDAS ENVASADAS (ANEABE)**  
www.aneabe.com
- 6- ASOCIACION NACIONAL DE FABRICANTES DE PRODUCTOS DE LA **PESCA AHUMADOS (A.N.A.P.A.)**
- 7- ASOCIACION NACIONAL DE INDUSTRIAS DEL **ARROZ (ANFA)**
- 8- ASOCIACION GENERAL DE FABRICANTES DE **AZUCAR (AGFAE)**
- 9- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE BEBIDAS **ESPIRITUOSAS (F.E.B.E)**
- 10- ASOCIACION NACIONAL DE FABRICANTES DE **BEBIDAS REFRESCANTES ANALCOHOLICAS**
- 11- ASOCIACION ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE **CAFE SOLUBLE**
- 12- ASOCIACION ESPAÑOLA DE TOSTADORES DE **CAFE**
- 13- ASOCIACION ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE **CALDOS Y SOPAS**
- 14- CONFEDERACIÓN DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES DEL SECTOR **CÁRNICO DE ESPAÑA -CONFECARNE-** (ASOCIACIÓN DE INDUSTRIAS DE LA **CARNE DE ESPAÑA -AICE-** Y FEDERACIÓN CATALANA DE INDUSTRIAS DE LA CARNE -FECIC-)   
www.aice.es
- 15- CONFEDERACION ESPAÑOLA DE LA **CARNE (CECARNE)**
- 16- ASOCIACION ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE **CEREALES EN COPOS O EXPANDIDOS**
- 17- **CERVECEROS DE ESPAÑA**  
www.cervceros.org
- 18- ASOCIACION NACIONAL DE FABRICANTES DE **CONSERVAS DE PESCADO Y MARISCOS (ANFACO)** - FEDERACION ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DE INDUSTRIA DE TRANSFORMACION Y COMERCIALIZADORES DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y DE LA ACUICULTURA (FEICOPESCA)  
www.anfaco.com
- 19- FEDERACION NACIONAL DE ASOCIACIONES DE LA INDUSTRIA DE **CONSERVAS VEGETALES (FNACV)**  
www.fnacv.es
- 20- AGRUPACION ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE **CONSERVAS VEGETALES (AGRUCON)**
- 21- ASOCIACION NACIONAL DE FABRICANTES DE PRODUCTOS **DIETETICO INFANTIL (ANDI)**

- 22- ASOCIACION ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE **PREPARADOS ALIMENTICIOS ESPECIALES, DIETÉTICOS Y PLANTAS MEDICINALES** (AFEPADI)  
www.afepadi.com
- 23- **FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DEL DULCE** (ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE CAMELOS Y CHICLES; ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE CHOCOLATE Y DERIVADOS DEL CACAO; ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE FABRICANTES DE GALLETAS DE ESPAÑA; ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PANIFICACIÓN Y PASTELERÍA DE MARCA, ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE TURRONES Y MAZAPANES)  
www.fead.es
- 24- ASOCIACION DE FABRICANTES DE **HARINAS Y SEMOLAS DE ESPAÑA**  
www.afhse.com
- 25- ASOCIACION ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE **HELADOS**
- 26- ASOCIACION ESPAÑOLA DE PRODUCTORES DE **HUEVOS** (ASEPRHU)  
www.aseprhu.com
- 27- ASOCIACION ESPAÑOLA DE ENVASADORES DE **INFUSIONES DE TE Y HERBORISTERIA**
- 28- ASOCIACION DE TRANSFORMADORES DE MAIZ POR VIA HUMEDA (HUMAIZ)
- 29- **FEDERACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS LÁCTEAS** (ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIALES DE LECHE LÍQUIDA Y DERIVADOS LÁCTEOS DE LARGA DURACIÓN; ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE LECHE CONCENTRADAS, EN POLVO Y MANTEQUILLA; ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE QUESOS; ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE YOGUR Y POSTRES LÁCTEOS FRESCOS)  
www.fenil.org
- 30- ASOCIACION NACIONAL DE INDUSTRIAS DE ELABORACION DE **PRODUCTOS DEL MAR**
- 31- ASOCIACION ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE **MARGARINAS**
- 32- ASOCIACION ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE **PASTAS ALIMENTICIAS**
- 33- ASOCIACION ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE **PLATOS PREPARADOS**
- 34- ASOCIACION NACIONAL DE Prensadores de **CACAO**
- 35- CONFEDERACION ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE **ALIMENTOS COMPUESTOS PARA ANIMALES** (CESFAC)  
www.cesfac.com
- 36- ASOCIACION DE FABRICANTES DE ALIMENTOS PARA ANIMALES DE **COMPAÑÍA**  
www.anfaac.com
- 37- ORGANIZACIÓN INTERPROFESIONAL DE LA AVICULTURA DE CARNE DE **POLLO** DEL REINO DE ESPAÑA (PROPOLLO)  
www.propollo.com
- 38- ASOCIACION ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE **SALSAS, CONDIMENTOS PREPARADOS Y SIMILARES**
- 39- ASOCIACION ESPAÑOLA DE **SIDRAS** (A.E.S.I.)
- 40- ASOCIACION ESPAÑOLA DE ELABORADORES Y DISTRIBUIDORES DE **VERMOUTHS, BITTER SODA Y APERITIVOS VINICOS**
- 41- ASOCIACION DE ELABORADORES Y ENVASADORES DE **VINAGRE**
- 42- FEDERACION DE BODEGAS DEL MARCO DE JEREZ (FEDEJEREZ)  
www.fedejerez.com
- 43- FEDERACION ESPAÑOLA DEL **VINO**  
www.fev.es
- 44- ASOCIACIÓN PROFESIONAL EMPRESARIAL DE OPERADORES DE "**VINOS DE MESA**" Y "**VINOS CON I.G.P./DE LA TIERRA**" (AVIMES)
- 45- ASOCIACION NACIONAL DE FABRICANTES DE **ZUMOS** (ASOZUMOS)
- 46- ASOCIACION ESPAÑOLA DE LA INDUSTRIA DE **ZUMOS** Y CONCENTRADOS DE FRUTOS CITRICOS Y SUS PRODUCTOS DERIVADOS (A.I.Z.C.E.)

## ASOCIACIONES ADHERIDAS

- 47- ASOCIACION ESPAÑOLA DE **FRAGANCIAS Y AROMAS ALIMENTARIOS** (AEFAA)
- 48- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ENVASADORES DE **ESPECIAS Y CONDIMENTOS**
- 49- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE **GOLOSINA LÍQUIDA PARA CONGELAR**
- 50- ASOCIACION ESPAÑOLA DE FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES DE PRODUCTOS DE **NUTRICION ENTERAL**
- 51- ASOCIACION ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE **MASAS CONGELADAS**
- 52- ASOCIACION NACIONAL DE FABRICANTES DE MATERIAS PRIMAS Y **MEJORANTES PARA PANADERIA, PASTELERIA Y HELADERIA** (ASPRIME)
- 53- ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE **PATATAS FRITAS Y PRODUCTOS DE APERITIVO**
- 54- ASOCIACION ESPAÑOLA DE **COMIDAS PREPARADAS PARA SU VENTA A DOMICILIO** (PRODELIVERY)

Nuestra actividad ha evolucionado con el tiempo para adaptarse a las demandas de la Industria. Las **áreas de trabajo** en el presente cubren prácticamente todos los ámbitos que interesan a las empresas: economía, laboral, fiscal, legislación alimentaria, comercio y promoción exterior, formación, medio ambiente, desarrollo tecnológico y comunicación.

De estas áreas de actividad, cubiertas por nuestro personal, se derivan además las **comisiones técnicas**, que son grupos de trabajo compuestos por técnicos de la Federación y expertos de las Asociaciones. Existen en la actualidad nueve comisiones cuyo funcionamiento y estructura varía dependiendo de la complejidad de la situación: comisión de sanidad, de aditivos, técnico-laboral, de asuntos fiscales, de medio ambiente, de comercio exterior, de tecnología, de bebidas con contenido alcohólico, y de restauración y colectividades.

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 funcionarios comunitarios.

Asimismo, FIAB pertenece a la **Confederación de Industrias de la Alimentación y Bebidas de la Unión Europea (CIAA)**, organización empresarial del sector de ámbito europeo cuya estructura de funcionamiento es muy similar a la de la Federación, desde 1986 como miembro de pleno derecho

Así pues, por parte del sector también se ha apoyado, fomentado y participado en el proceso de apertura de las empresas de la industria de alimentación y bebidas al exterior. FIAB cuenta con un **Departamento de Relaciones Internacionales y Promoción Exterior**. El Departamento de Relaciones Internacionales desarrolla por una parte una labor de intermediación con los organismos públicos relacionados con la promoción exterior e internacionalización de nuestras empresas, tanto a nivel comunitario (a través de la delegación en Bruselas), como estatal y autonómico. Por otra parte organiza pabellones agrupados en ferias internacionales, encuentros de cooperación empresarial, elabora informes y estudios de mercado y otras actividades diversas en este ámbito.

## RANKING DE EMPRESAS DE ALIMENTACIÓN

EMPRESA	POBLACION	SECTOR	FACT. 98	FACT. 99
1. Cia.Serv. De Bebidas Refrescantes S.L.	Madrid	Refrescos	1.202,02	1.202,02
2. Nestlé España S.A.	Esplugues de Llobregat	Lácteos	1.071,81	1.070,46
3. Campofrío Alimentacion S.A.	Alcobendas	Cárnicos	673,73	819,87
4. Azucarera Ebro Agrícolas S.A.	Madrid	Azúcar Y Edulcorantes	403,27	797,86
5. Danone S.A	Barcelona	Lácteos	667,53	747,62
6. Leche Pascual S.A.	Madrid	Lácteos	535,63	633,41
7. Pedro Domecq S.A.	Jerez de la Frontera	Licores	0	576,62
8. Cargill España S.A.	Sant Cugat Del Valles	Pienso Compuesto	594,47	540,91
9. Koipe S.A.	San Sebastián	Aceites Y Margarinas	550,25	540,17
10. Coren	Orense	Pienso Compuesto	480,83	513,34
11. Capsa	Granda - Siero	Lácteos	452,02	492,86
12. Moyresa S.A.	Barcelona	Aceites Y Margarinas	613,01	492,25
13. Pescanova S.A.	Chapela	Congelados Y Helados	430,09	457,47
14. Nutreco España S.A.	Tres Cantos	Sociedad Holding	441,2	448,07
15. Puleva S.A.	Granada	Lácteos	171,46	372,84
16. Coop. Agropecuaria de Guissona	Guissona	Pienso compuestos	-	352,57
17. Panrico S.A.	Barcelona	Panadería, Galletas, Pastelería	-	338,84
18. S.A. Chupa Chups	Barcelona	Golosinas	316,28	331,94
19. Grupo Bimbo –Martínez	Barcelona	Panadería, Galletas, Pastelería	-	314,94
20. Kraft Foods España S.A.	Madrid	Quesos	306,08	306,2

\*Millones de euros

Fuente: ALIMARKET

**RANKING DE EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN**

	CIFRA DE NEGOCIOS		EMPLEO	TIENDAS PROPIAS
	USD	EUROS		
1-CENTROS COM. CONTINENTE S.A.	3.301,9	3.671,29	19.135	123
2-GRUPO EROSKI	2.927,7	3.255,19	20.750	960
3-CENTROS COMERCIALES PRYCA S.A.	2.880,7	3.202,96	16.827	58
4-MERCADONA S.A.	2.273,3	2.527,59	18.000	400
5-HIPERCOR S.A.	2.027,0	2.253,80	12.000	21
6-ALCAMPO S.A.	1.974,1	2.194,90	11.598	36
7-DIA S.A.	1.924,8	2.140,13	9.389	1.543
8-SUPERDIPLO	1.033,4	1.149,06	6.767	242
9-CAPRABO S.A.	1.028,3	1.143,34	8.969	297
10-GRUPO UNIGRO S.A.	1.005,4	1.117,88	8.600	698
11-MAKRO AUTOSERVICIO MAYORISTA	808,4	898,4	2.093	
12-EL CORTE INGLES S.A.	675,7	751,27		34
13-SUPERMERCADOS SABECO	542,1	602,74	5.100	84
14-GALLEGA DE DISTR. DE ALIM.	534,7	594,52	3.728	224
15-LIDL SUPERMERCADOS S.A.U	486,5	540,91	4.000	280
16-AHORRAMAS	443,2	492,83	2.200	137
17-UNIDE,S.COOP.	438,0	487,03	1.545	1.178
18-GRUP SUPECO-MAXOR, S.L.	415,2	461,7	3.297	103
19-CONDITS SUPERMERCATS S.A.	381,1	423,71	250	280
20-DISTRIBUCION MERCAT,S.A.	332,4	369,62	750	105

Fuente: Alimarket

## DIRECCIONES ÚTILES

### Págs. Web de Asociaciones:

**Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas:**

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

**Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles**

[www.anierac.com](http://www.anierac.com)

**Asociación Española de la Industria y Comercio Exportador de Aceite de Oliva (ASOLIVA)**

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

**Federación de Industrias Oleícolas de España**

[www.fiode.com](http://www.fiode.com)

**Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebidas Envasadas (ANEABE)**

[www.aneabe.com](http://www.aneabe.com)

**Confederación Española de Fabricantes de Alimentos Compuestos para Animales (CESFAC).**

[www.cesfac.com](http://www.cesfac.com)

**Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos para Animales de Compañía (ANFAAC)**

[www.anfaac.com](http://www.anfaac.com) / [www.veterindustria.com](http://www.veterindustria.com)

**Instituto, Estudios Documentales del Azúcar y la Remolacha.**

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

**Federación Española de Asociaciones de Industrias del Dulce**

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

**Asociación de Exportadores de Aceitunas de Mesa (ASEMESA)**

[www.asesesa.com](http://www.asesesa.com)

**Federación Nacional de Asociaciones de la Industria de Conservas Vegetales (FNACV)**

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

**Confederación de Organizaciones Empresariales del Sector Cárnico de España (CONFECARNE)**

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

**Asociación Española de la Carne (ASOCARNE)**

[www.asocarne.com](http://www.asocarne.com)

**Asociación Nacional de Almacenes Frigoríficos y Salas de Despice**

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

**ANPP-PROPOLLO (Organización Interprofesional de la Avicultura de Carne de Pollo)**

[www.propollo.com](http://www.propollo.com)

**Asociación de Fabricantes de Harinas y Sémolas de España (AFHSE)**

[www.afhse.com](http://www.afhse.com)

**Cerveceros de España**

[www.cerveceros.org](http://www.cerveceros.org)

**Asociación Española de Productores de Huevos (ASEPRHU).**

[www.aseprhu.com](http://www.aseprhu.com)

**Instituto de Estudios del Huevo.**

[www.institutohuevo.com](http://www.institutohuevo.com)

**Federación Nacional de Industrias Lácteas**

[www.fenil.org](http://www.fenil.org)

**Federación Nacional Asociaciones de Fabricantes de Conservas, Semiconservas y Salazones de Pescados y Mariscos (ANFACO)**

[www.anfaco.com](http://www.anfaco.com)

**Asociación Española de Fabricantes de Preparados Alimenticios Especiales, Dietéticos y Plantas Medicinales (AFEPADI)**

[www.afepadi.com](http://www.afepadi.com)

**Federación de Bodegas del Marco de Jerez (FEDEJEREZ)**

[www.fedejerez.com](http://www.fedejerez.com)

**Federación Española del Vino (FEV)**

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

### Organismos públicos:

**Ministerio de Economía y Hacienda:**

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

**Instituto Español de Comercio Exterior**

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

**Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación:**

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

**Instituto Nacional de Estadística:**

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

**Agencia Española de Administración Tributaria - Aduanas:**

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

**Gobierno.**

[www.la-moncloa.es](http://www.la-moncloa.es)

**Boletín Oficial del Estado**

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

### Organismos europeos

**CIAA**

[www.ciaa.be](http://www.ciaa.be)

**UE: Unión Europea**

<http://europa.eu.int/>

**Eurostat:**

[www.europa.eu.int/eurostat](http://www.europa.eu.int/eurostat)

**DOCE**

[www.europa.eu.int/eur-lex/es/oj/index.html](http://www.europa.eu.int/eur-lex/es/oj/index.html)

## Otras direcciones de interés

**Consejo Superior de Cámaras**  
[www.cscamaras.es](http://www.cscamaras.es)

**Confederación Española de Organizaciones Empresariales**  
[www.ceoe.es](http://www.ceoe.es)

**ECOEMBALAJES**  
[www.ecoembes.com](http://www.ecoembes.com)

**ECOVIDRIO**  
[www.ecovidrio.es](http://www.ecovidrio.es)

**ANFACO – CECOPESCA (Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas de Pescado -  
Centro Técnico Nacional de Conservación de Productos de la Pesca )**  
[www.anfaco.es](http://www.anfaco.es)

**Centro Técnico Nacional de Conservas Vegetales - Laboratorio del Ebro**  
[www.ctncv.es](http://www.ctncv.es)

**Instituto de Estudios Documentales del Azúcar y la Remolacha – IEDAR**  
[www.iedar.org](http://www.iedar.org)

**ALIMENTARIA**  
[www.alimentaria.com](http://www.alimentaria.com)

**CONSORCIO PARA LA SEGURIDAD ALIMENTARIA**  
[www.seguridadalimentaria.com](http://www.seguridadalimentaria.com)

**Documento elaborado con el apoyo del**

