

MEMORIA DE ACTUACIONES

**DEL OBSERVATORIO
DE LA CADENA**

ALIMENTARIA 2019



PRESENTACION

CAPÍTULO I

Naturaleza jurídica, Organización y Funciones del Observatorio de la Cadena alimentaria



1.1. Marco legal y constitución	6
1.2. Funciones	7
1.3. Funcionamiento y composición	9
1.4. Reuniones celebradas	12

CAPÍTULO II

Trabajos realizados durante 2018



2.1. Informes sobre prácticas comerciales en la cadena alimentaria	15
Marco legal	
Fichas técnicas y principales conclusiones	
2.2. Informes precios Origen-Mayorista (O-M)	17
2.3. Consumo alimentario en España	19
Resumen ejecutivo	
Aspectos Generales	
• Población y turismo	
• Hogares: número y tipología	
• IPC	
• Evolución del consumo	
• Resultados Totales	

CAPÍTULO 3

Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria



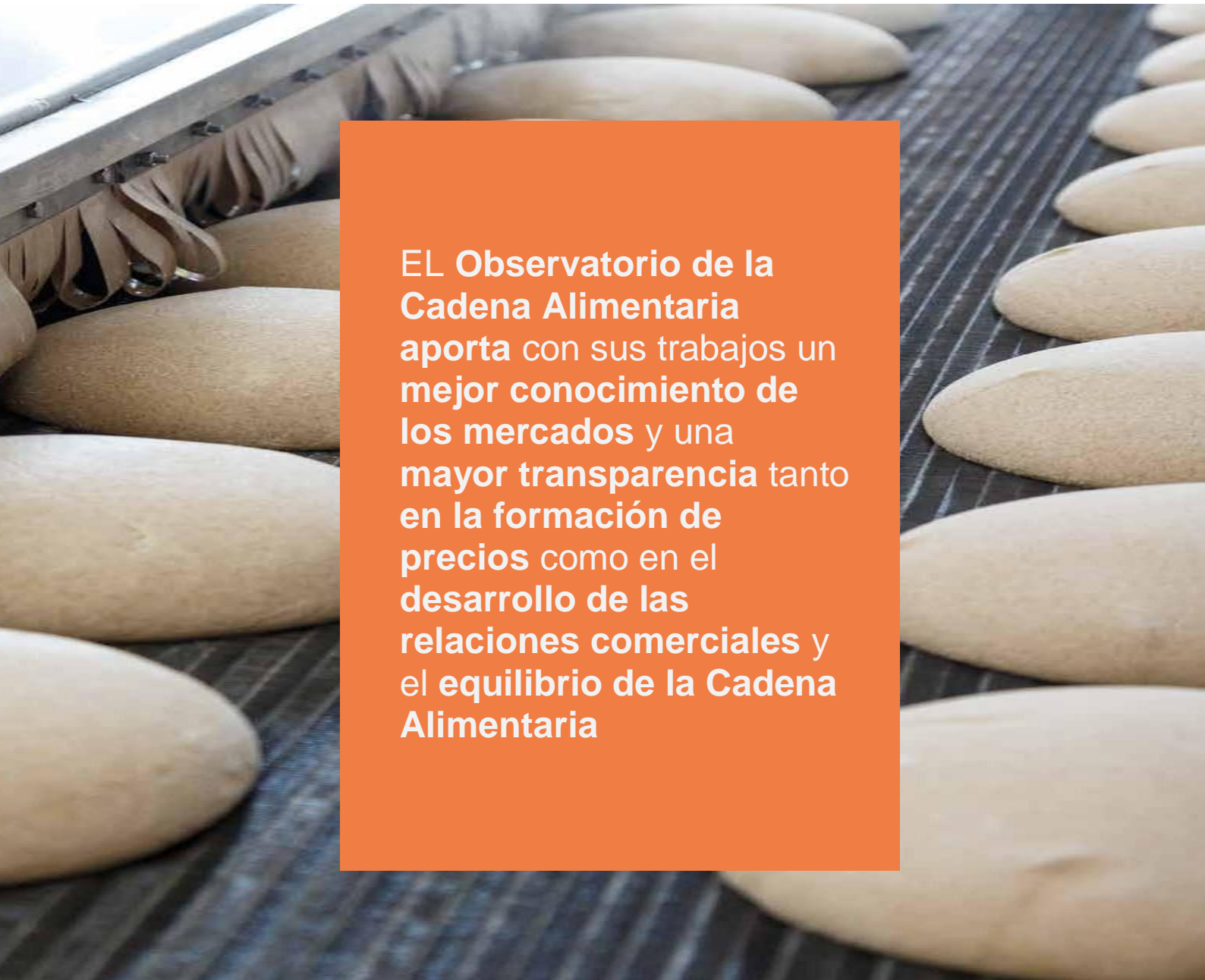
ANEXO 1. Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria

ANEXO 2. BOE- Real Decreto Ley 5/2020

ANEXO 3. BOE- Real Decreto 64/2015

ANEXO.4 BOE- Otras disposiciones

ANEXO 5. Composición pleno del observatorio de la cadena alimentaria



EL Observatorio de la Cadena Alimentaria aporta con sus trabajos un mejor conocimiento de los mercados y una mayor transparencia tanto en la formación de precios como en el desarrollo de las relaciones comerciales y el equilibrio de la Cadena Alimentaria

PRESENTACIÓN

El Observatorio de la Cadena Alimentaria se constituyó formalmente el 7 de abril del año 2015, pasando a asumir las competencias del anterior Observatorio de Precios de los Alimentos. Desde entonces, es el foro en el que se representan los intereses de los diferentes operadores de la cadena de modo que el trabajo conjunto de todos resulte más eficaz y permita mejorar el funcionamiento y las relaciones en el seno de la cadena de valor alimentaria.

Así mismo, el Observatorio aporta un mejor conocimiento de los mercados y una mayor transparencia tanto en la formación de precios como en el desarrollo de las relaciones comerciales.

El presente documento se estructura en cuatro capítulos:

1

Naturaleza jurídica, Organización y Funciones del Observatorio de la Cadena alimentaria

Realiza una breve descripción sobre el marco legal y constitución, régimen jurídico, composición y funcionamiento, así como las funciones que la Ley 12/2013, de 2 de agosto, encomienda al citado órgano.

2

Trabajos realizados durante el año 2019

Expone pormenorizadamente cada uno de los trabajos llevados a cabo por el Observatorio de la Cadena Alimentaria a lo largo de 2019, indicando los principales avances registrados y los resultados logrados en la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria, así como la eficacia de las actuaciones desarrolladas.

3

Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria

Recoge los avances del año 2019 con respecto a este proyecto, así como la estrategia de comunicación y publicidad del mismo para poner en conocimiento del sector la importancia de acogerse al código para garantizar el equilibrio en la cadena agroalimentaria.



1. NATURALEZA JURÍDICA, ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL OBSERVATORIO DE LA CADENA ALIMENTARIA



1.1 MARCO LEGAL Y CONSTITUCIÓN

La Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, en vigor desde el 3 de enero de 2014, establece en su artículo 19 la creación del **Observatorio de la Cadena Alimentaria** como órgano colegiado, adscrito al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través de la Dirección General de la Industria Alimentaria. El citado órgano sustituye al Observatorio de Precios de los Alimentos, creado en el año 2000 y derogado por la mencionada Ley.

La constitución formal del Observatorio se llevó a cabo en la primera reunión del Pleno, celebrada el 7 de abril de 2015, una vez aprobado el Real Decreto 64/2015, de 6 de febrero, que desarrolla parcialmente la Ley 12/2013 y establece, en su capítulo III el funcionamiento y composición del **Observatorio de la Cadena Alimentaria**.



MEJOR CONOCIMIENTO DE LOS MERCADOS Y MAYOR TRANSPARENCIA EN PRECIOS Y RELACIONES COMERCIALES

El Observatorio de la Cadena Alimentaria aporta con sus trabajos, un mejor conocimiento de los mercados y una mayor transparencia, tanto en la formación de precios como en el desarrollo de las relaciones comerciales.

Constituye, por tanto, el foro en el que se representan los intereses de los diferentes operadores de la cadena de modo que el trabajo conjunto de todos resulte de la mayor eficacia y permita el logro de los objetivos buscados.

1.2 FUNCIONES

La *Ley 12/2013 de 2 de agosto*, establece en su artículo 20 las funciones del Observatorio de la Cadena Alimentaria.

Con carácter general, serán funciones del **Observatorio de la Cadena Alimentaria** el seguimiento,

asesoramiento, consulta, información y estudio del funcionamiento de la cadena alimentaria y de los precios de los alimentos.

Además de las anteriores, el Observatorio tendrá las funciones siguientes:

- Informar la propuesta del Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación alimentaria regulado en esta Ley.
- Informar las propuestas de otros códigos de buenas prácticas mercantiles que se presenten para su incorporación al Registro Estatal.
- Conocer el resultado de los trabajos realizados por la Comisión de Seguimiento del Código de Buenas Prácticas Mercantiles y proponer a la misma aquellas cuestiones que se consideren de interés para la mejora y actualización de los compromisos contemplados en el Código.
- Facilitar el conocimiento del Código entre los operadores de la cadena y promover su adhesión al mismo.
- Llevar a cabo el seguimiento y evaluación de las prácticas comerciales empleadas por los operadores de la cadena, mediante la realización de encuestas u otros sistemas de análisis del mercado, así como de la publicación de informes y recomendaciones. En el caso de que se detecten incumplimientos de lo establecido en la Ley, como consecuencia del resultado de los trabajos realizados, el Observatorio dará traslado a la autoridad competente. Asimismo, realizará informes y estudios explicativos, en su caso, de las situaciones de desequilibrio producidas en los mercados de origen y destino de los alimentos considerados, analizando especialmente los diversos factores que contribuyen a la formación de los precios de los productos estacionales.
- Analizar la estructura básica de los precios y los factores causantes de su evolución en los alimentos de mayor importancia relativa en la producción y el consumo en los distintos eslabones de su formación.
- Fomentar la adopción de buenas prácticas y sistemas ágiles de resolución de conflictos en la negociación de los contratos relacionados con la primera compra de productos perecederos.

- Realizar estudios de carácter regular, encaminados a establecer un seguimiento sistemático de la formación de los precios finales de los alimentos.

- Favorecer el diálogo y la intercomunicación entre los representantes del sector productor, la industria, la distribución comercial y los consumidores, tanto entre sí como con las administraciones públicas, en orden a dotar de la mayor racionalidad y transparencia posibles el proceso de formación de precios de los alimentos, compatible con el marco de la economía de mercado, en un sistema de apertura a la competencia y en beneficio de la sociedad en su conjunto.

- Elaborar propuestas de actuación de las Administraciones competentes y recomendaciones a los diversos agentes económicos intervinientes, empresas e instituciones públicas o privadas tendentes a mantener la necesaria estabilidad en un marco de desarrollo abierto a la competencia y equilibrio en los precios de los alimentos, compatible con el derecho comunitario.

- Elaborar los informes sobre precios de los alimentos que le sean demandados por los ministros de Agricultura, Pesca y Alimentación y de Industria, Comercio y Turismo.

- Analizar y estudiar de forma continuada la estructura básica de los costes y de precios percibidos y pagados, así como los factores causantes de su evolución, en los productos de mayor importancia estratégica para el sector agroalimentario español.

ESTUDIO DEL FUNCIONAMIENTO DE LA CADENA ALIMENTARIA Y DE LOS PRECIOS DE LOS ALIMENTOS



Seguimiento

Así mismo, hay que destacar que anualmente el Observatorio de la Cadena Alimentaria elaborará un informe de evaluación de los avances registrados y los resultados logrados en la mejora del



Assesoramiento



Consulta

funcionamiento de la cadena alimentaria y de la eficacia de las actuaciones desarrolladas, que será remitido a las Cortes Generales.



Información



1.3 FUNCIONAMIENTO Y COMPOSICIÓN

*El Real Decreto 64/2015, de 6 de febrero, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, y se modifica el Reglamento de la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, reguladora de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias, aprobado por Real Decreto 705/1997, de 16 de mayo, establece en su capítulo III el funcionamiento y composición del **Observatorio de la Cadena Alimentaria**.*

El Observatorio funciona en Pleno, en Comisión Ejecutiva y en los Grupos de Trabajo que se creen al efecto. Asimismo, se rige por un reglamento interno, y mantiene contactos institucionales de consulta y cooperación, a través de Comisiones o Grupos de Trabajo, con otros órganos

de cometido similar, especialmente con la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA).

El Pleno se reúne con carácter ordinario al menos dos veces a lo largo del año, y con carácter extraordinario cuando lo convoque el presidente a iniciativa propia o a solicitud de, al menos, la tercera parte de sus miembros.

En el Pleno están presentes las organizaciones y asociaciones más representativas de la cadena alimentaria, desde el productor al consumidor final, y la propia administración, de modo que el Observatorio se convierte en un instrumento participativo que permite identificar líneas de mejora y actualización en la cadena alimentaria.

PRESIDENTE

El director general de la Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

En las sesiones que participa el SGAA, actúa como presidente.

VICEPRESIDENTE

El director general de Comercio Interior del Ministerio de Economía y Competitividad.

SECRETARIO

El titular de la Subdirección General de Promoción de los Alimentos de España del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

NOTA:

* Por reajustes en los departamentos Ministeriales, se asimila MAPAMA – MAPA y Subdirección General de la Cadena Alimentaria a Subdirección General de Promoción de los Alimentos de España.

**Se ha mantenido el nombre y la nomenclatura del Ministerio manteniendo la que tenía en la fecha de la referencia.



VOCALES

- Cinco Vocales representantes del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente con rango de Subdirector General: uno a propuesta del Secretario General de Pesca, uno a propuesta del Director General de Producciones y Mercados Agrarios, uno a propuesta de la Dirección General de la Industria Alimentaria, uno a propuesta de la Subsecretaría, y el Director de la Agencia de Información y Control Alimentario.
- Tres Vocales representantes de los siguientes órganos y organismos de la Administración General del Estado con rango de Subdirector General: uno de la Dirección General de Política Económica, uno de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición, y uno del Instituto Nacional de Estadística.
- Cinco representantes de las comunidades autónomas, que irán rotando en períodos de tres años siguiendo el orden alfabético en castellano.
- Un Vocal representante de cada una de las tres principales organizaciones profesionales agrarias representativas a nivel estatal.
- Un Vocal de Cooperativas Agro-alimentarias.
- Un Vocal representante de la Federación Nacional de Cofradías de Pescadores.
- Cuatro Vocales de las principales organizaciones representativas de las industrias agroalimentarias en el ámbito estatal.
- Dos Vocales de las organizaciones sindicales representativas de los trabajadores del sector agroalimentario.
- Cuatro Vocales de las asociaciones de ámbito estatal de la distribución alimentaria (mayorista y minorista).
- Un Vocal del Consejo de Consumidores y Usuarios.

Asimismo, se puede nombrar hasta un máximo de seis vocales invitados de entre las asociaciones u organizaciones que lo soliciten a la Presidencia del Pleno. En 2018 estos vocales han sido los representantes del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, de la Subdirección General de Estadística del MAPAMA, de MERCASA, de FEDEPESCA, de FEPEX y de COEMFE.

Además, el presidente del Observatorio puede invita a asistir a los Plenos a las reuniones del Pleno del Observatorio de la Cadena Alimentaria de aquellas asociaciones del sector que así lo hubieran solicitado previamente, en cuyo caso tienen voz pero no voto en las deliberaciones del mismo. Atendiendo a este concepto, el presidente autoriza la asistencia a los Plenos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

La Comisión Ejecutiva está formada por el presidente; el vicepresidente; diez representantes elegidos por el Pleno de entre sus miembros, debiéndose mantener la misma estructura de representación; y el secretario del Pleno, que actuará como secretario de la Comisión. La Comisión Ejecutiva se reunirá cuando así lo determinen los artículos 10.3 y 12.2 del *Real Decreto 64/2015 de 6 de febrero, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 12/2013 de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria*.

Los Grupos de Trabajo se establecen por acuerdo del Pleno o de la Comisión Ejecutiva que decide crearlos. Los preside un representante de la Dirección General de la Industria Alimentaria y sus miembros podrán ser vocales del Pleno. Además, pueden contar con la participación de expertos, pertenecientes o no a la Administración. Los Grupos de Trabajo deberán informar al Pleno de los resultados de las reuniones de los mismos

PLENO

- Presidente
- Vicepresidente
- Secretario
- 29 vocales

COMISIÓN EJECUTIVA

- Presidente
- Vicepresidente
- 10 representantes elegidos del Pleno
- Secretario del Pleno, que actuará como secretario de la Comisión

GRUPOS DE TRABAJO

- Representante de la Dirección General de la Industria Alimentaria
- Vocales del Pleno
- Expertos (pertenecientes o no a la Administración)

1.4**Octava reunión del Pleno
del Observatorio de la Cadena Alimentaria
15 de Enero de 2019**

A lo largo de 2018 y debido a diversos problemas coyunturales, no fue convocado ningún Pleno del Observatorio, el cual tuvo que ser aplazado a enero de 2019.

En esta reunión se aprobó el Reglamento Interno de Organización y Funcionamiento del Observatorio de la Cadena Alimentaria. Asimismo, se entregó la **Memoria de Actuaciones del Observatorio de la Cadena Alimentaria correspondiente a los años 2015 y 2016.**

Por otro lado, en el marco de los trabajos que la Ley 12/2013 de 2 de agosto, encomienda al Observatorio, en esta sexta reunión plenaria fueron presentados los dos informes sobre prácticas comerciales en la cadena alimentaria referentes a 2016.

Un primer informe, de carácter cuantitativo, elaborado en el marco del Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario, y un segundo informe, de carácter cualitativo y complementario al anterior.

En el encuentro también se informó de las últimas adhesiones al Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria y se expusieron las novedades concernientes a la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA).

**Jornada de constitución del Grupo de Trabajo sobre
Productos Cítricos
24 de Abril de 2019**

El Plan de medidas para el sector cítrico, se concretó el 2 de abril entre el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, con representantes del sector cítrico dirigidas a revitalizar el mercado de los cítricos y garantizar su futuro.

El Observatorio pretende promover la mejora de la comercialización y el funcionamiento de la cadena de valor, en concreto, a través de la constitución de una mesa específica, en el seno del mismo, a través de la cual desarrollar la “medida 13” del Plan estratégico. Esta mesa específica, representa un punto de encuentro, que se constituye a través de un grupo de carácter sectorial y técnico, en el que se va a contar con expertos técnicos, al objeto de mantener un foro de dialogo y permanente comunicación del sector cítrico.

**Jornada de constitución del Grupo de Trabajo sobre la Transparencia en la Cadena
Alimentaria
24 de Abril de 2019**

Este grupo de trabajo emerge para atender las peticiones realizadas en el Pleno del Observatorio de la Cadena Alimentaria (OCA). Consideramos que se mostró interés en la creación de grupos de trabajo que tratara el tema de la información de precios y la comunicación de los mismos. El OCA es el heredero natural del observatorio de precios. El objetivo es crear un espacio de reflexión y debate que genere conocimiento. Explicó los cambios que hay en el sistema de precios OMD debido a los cambios de estructura y funciones en MINETUR

Jornada de reflexión sobre la cadena de valor del sector de la Carne de Porcino

17 de Octubre de 2019

En agosto de 2018 se notificó el primer brote de peste porcina africana en China, de procedencia a día de hoy desconocida.

Este acontecimiento originó una crisis sanitaria en la cabaña porcina China y la alteración del mercado global de la carne de porcino.

Según Anice, la industria elaboradora de productos derivados del porcino ha tenido un sobrecoste en sus materias primas que, en los 9 primeros meses de 2019, oscilaría entre los 1.000 y 1.200 millones de euros.

Esta cifra supera el total del resultado económico de las empresas fabricantes de productos cárnicos en 2017, que fue inferior a 900 millones de euros.

El consumo de carne de cerdo en España, se encuentra en descenso tanto en fresco como en transformada según el Panel de Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

La situación se considera coyuntural y el desajuste en el mercado internacional a causa del aumento de la demanda en China, tardará en resolverse entre dos y seis años.

No se culpabiliza al sector productor, ya que la situación se debe a un desajuste entre la oferta y la demanda mundial.

La situación ha alterado el funcionamiento del mercado interno. Es por ello, que resulta necesario garantizar el abastecimiento de los consumidores.

Todos los eslabones son necesarios e independientes, por eso es constructivo que estos debates se realicen, desde una visión global de cadena.

El mantenimiento del valor en cada uno de los eslabones es vital para la existencia del otro, lo que hace imprescindible un adecuado y equilibrado reparto del mismo en uno de los sectores económicos más importantes del país, especialmente en el ámbito rural.

Se toma conciencia de la difícil situación que atraviesa la industria cárnica elaboradora, haciendo un llamamiento al dialogo entre las partes.

2

TRABAJOS REALIZADOS DURANTE EL AÑO 2019

2.1 INFORMES SOBRE PRÁCTICAS COMERCIALES EN LA CADENA ALIMENTARIA

El artículo 20 de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, encomienda al Observatorio de la Cadena Alimentaria: “Llevar a cabo el seguimiento y evaluación de las prácticas comerciales empleadas por los operadores de la cadena, mediante la realización de encuestas u otros sistemas de análisis del mercado, así como de la publicación de informes y recomendaciones”.

En el marco de esta función y con objeto de aportar transparencia e información sobre el funcionamiento de la cadena y evaluar la calidad de las relaciones entre los operadores, el Observatorio realizará anualmente un informe sobre prácticas comerciales que permitirá seguir la evolución de las relaciones comerciales, detectar la aparición de nuevas prácticas,

y garantizar la permanente actualización de los compromisos de la Ley.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación cuenta desde 2004 con el Barómetro del Clima de Confianza del Sector Agroalimentario, herramienta de extraordinaria importancia para evaluar la opinión que el sector tiene sobre determinados temas estructurales y coyunturales.

A lo largo de 2019, el ministerio, a través del Barómetro, llevo a cabo un informe evolutivo para determinar la evolución de la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, en el periodo 2015 – 2019.

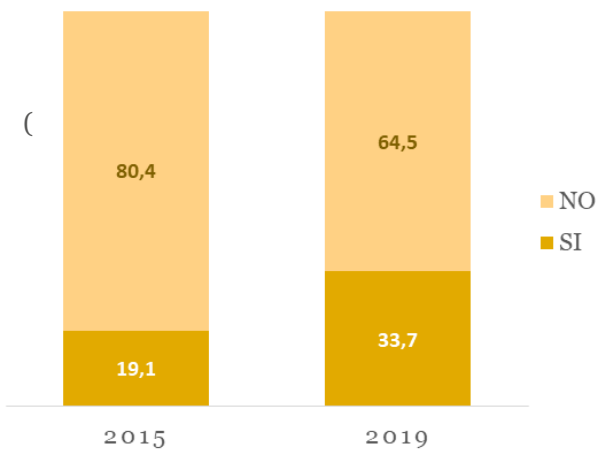
FICHAS TÉCNICAS Y PRINCIPALES CONCLUSIONES

Comparando los datos 2019 con los de 2015 tenemos que:

- Aumenta notablemente el conocimiento de la Ley en las empresas agroalimentarias respecto a años anteriores.
- Entre los que la conocen, se valora muy positivamente la mejora de las relaciones comerciales que ha posibilitado esta Ley.
- La gran mayoría de los agentes no creen que su empresa esté expuesta a prácticas comerciales abusivas, y los resultados mejoran ligeramente respecto a años anteriores.
- La Ley ha conseguido un aumento del cumplimiento de las condiciones que establecen los contratos.
- Los productores tienen más capacidad de pactar libremente las condiciones del contrato con sus clientes, y la gran mayoría de los agentes manifiesta que nunca les modifican las condiciones sin su consentimiento.
- La Ley ha permitido una disminución de los acuerdos verbales y un aumento muy importante de los contratos por escrito, aumentando su uso respecto a años anteriores.
- Las empresas agroalimentarias destacan una importante mejora en los plazos de pago desde la promulgación de la Ley.

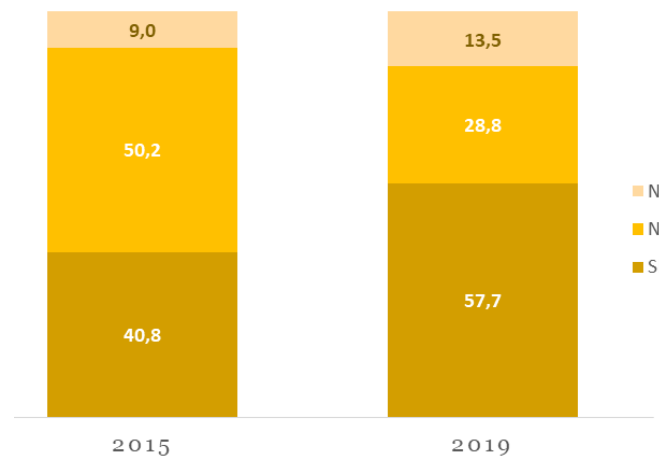
¿Conoce la Ley 12/2013 de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria?

(*) Respuesta única



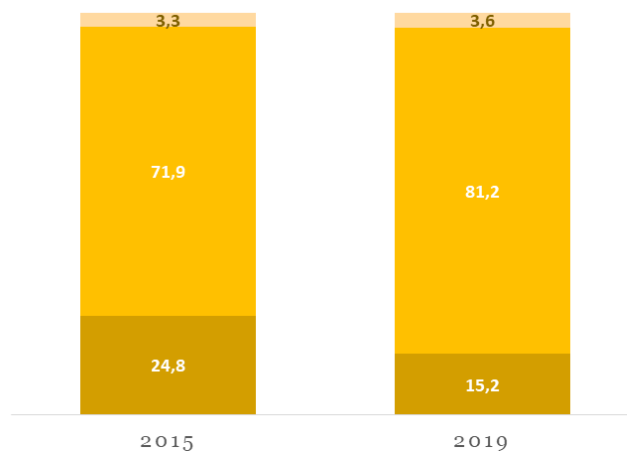
¿Cree que dicha Ley ha mejorado las relaciones comerciales?

(*) Respuesta única



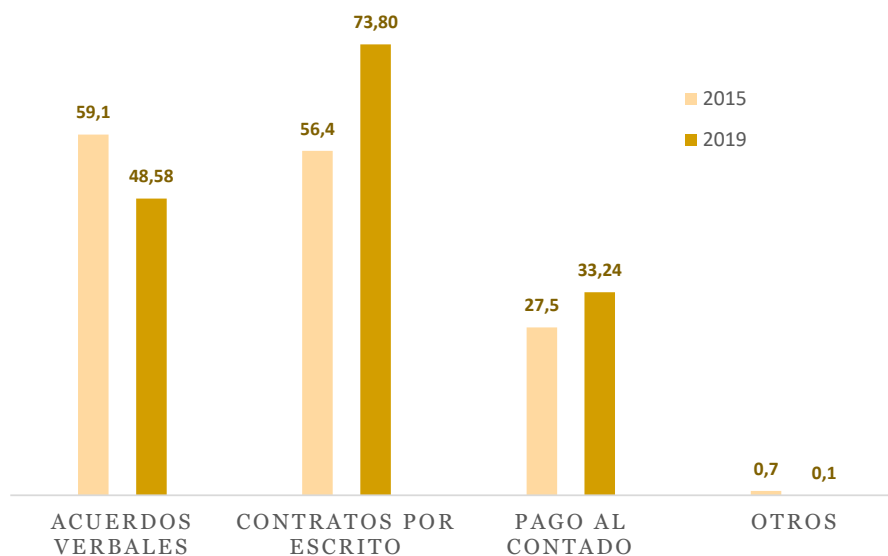
¿Considera que su empresa, actualmente, está expuesta a prácticas comerciales abusivas?

(*) Respuesta única



¿De qué manera formaliza las relaciones comerciales con sus clientes?

(*) Respuesta múltiple



2.2 INFORMES PRECIOS ORIGEN-MAYORISTA (O-M)

17

El sistema de información de precios en origen-mayorista posibilita el seguimiento de la evolución semanal de los precios de 35 productos alimentarios (carnes, pescados, frutas y hortalizas) en los tres niveles comerciales más significativos.

Las operaciones estadísticas están sustentadas por distintas unidades gestoras pertenecientes a los Ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación y la empresa nacional MERCASA.

Los valores son precios medios nacionales ponderados

Desde el día 15 de enero de 2019, que en VIII sesión del Pleno del Observatorio de la Cadena Alimentaria, presidida por el Presidente D. José Miguel Herrero Velasco y por el Secretario General de Agricultura D. Fernando Miranda Sotillos .

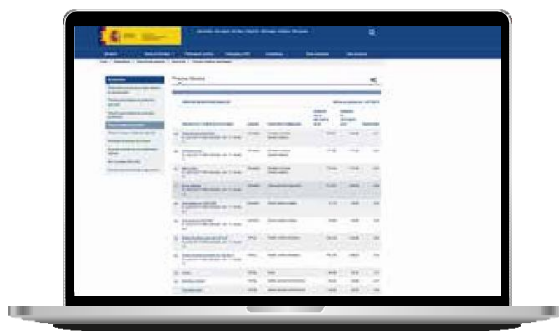
El Presidente manifiesta que hasta la fecha, venían suministrándose los precios en destino de treinta y seis productos alimentarios, al objeto de dotar de mayor transparencia a la formación de precios en dichos productos por un acuerdo suscrito con la Secretaria de Estado de Comercio. Esta información, se complementaba con los precios en origen obtenidos por el Ministerio y los precios mayoristas que aporta la red de mercas.

Dada la falta de homogeneidad de los datos suministrados no es posible continuar con el suministro de esta información desde Enero de 2019.

Fuentes de los precios:

A. Origen

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, (MAPA), a través de la Subdirección General de Análisis, Coordinación y Estadística, junto a la Subdirección General de Acuicultura y Comercialización Pesquera. http://www.mapama.gob.es/app/precios-medios-nacionales/pmn_tabla.asp

**B. Mayorista**

Empresa Nacional de Mercados de Abastecimiento (MERCASA).
<https://www.mercasa.es>



2.3 CONSUMO ALIMENTARIO EN ESPAÑA 2019

1. RESUMEN EJECUTIVO

1.1 INTRODUCCIÓN

El presente informe elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación permite disponer de una información completa sobre el consumo de alimentación y bebidas de los residentes en España durante el año 2019.

Para ello, el informe analiza los factores con mayor influencia en la dimensión de dicho consumo y su evolución, y realiza una fotografía completa de los alimentos y bebidas que han consumido los residentes en España durante el año 2019, tanto en el hogar, como fuera del mismo. Hay que tener en cuenta que no se contabiliza, el consumo del turismo; y que, por razones operativas, en el caso del consumo fuera del hogar tampoco se incluye actualmente, el consumo en las Islas Canarias.

El informe se estructura indicando en un primer capítulo la coyuntura actual y los datos generales agregados del consumo del total de alimentos y bebidas tanto dentro como fuera de los hogares. A continuación se presentan los datos del consumo doméstico, en el que se detalla producto a producto la información disponible en este último período. Posteriormente se analiza el consumo fuera del hogar, con los principales datos disponibles y análisis de la evolución en aquellos casos en los que sea posible. Por último, y como complemento a todo lo anterior, el informe además incluye información detallada de los usos de los alimentos así como los últimos datos disponibles del desperdicio alimentario generado en los hogares españoles.

1.2 ASPECTOS GENERALES Y VISIÓN GLOBAL DEL CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

El análisis de la evolución de la población, el turismo y el número de hogares constata que tras años de caída de población por diferentes causas, durante los dos últimos años esta ha crecido ligeramente. Tomamos como referencia el largo plazo, y los datos del año 2010, pasando de 47.021.031 personas en 2010 a los actuales 47.100.396 en 2019. (*datos provisionales INE. Primer semestre 2019*)

Recientemente, el Instituto Nacional de Estadística publicó los resultados de su Encuesta Continua de Hogares, constatando que en 2019 el número de estos volvió a aumentar en una cuantía de 89.800 hogares, lo que implica una variación del 0,5% respecto al año anterior, tal como venían observando en sus publicaciones de años anteriores. La población residente en viviendas familiares se incrementa un 0,8%. Este incremento es más significativo en los hogares de menor tamaño, los unipersonales, es decir formados por una única persona joven o un adulto independiente (1,3%), aunque este último año también aumenta el número de hogares formados por cinco o más personas (1,7%), también aquellos formados por dos personas crecen un 0,6%.

Por el contrario, el número de hogares con tres y cuatro personas se redujo respecto a 2018.

En esta coyuntura, **sumando el consumo dentro y fuera del hogar, durante el año 2019 cada español ingirió en promedio en torno a 758,19 kilos-litros de alimentos y bebidas.** De acuerdo con dichas cifras **el consumo total en nuestro país alcanzó la cifra de 105.465,20 millones de €, lo que supone un gasto medio de 2.567,17 € por persona y año.**

Comparando el consumo dentro y fuera de los hogares, **el 86,1% del volumen de alimentos y bebidas se consumen en casa**, con sólo el 13,9% del total consumido fuera. En relación al consumo per cápita, la distribución es similar, con un 82,0 por ciento del consumo que se ingiere dentro del hogar. En cuanto a la distribución del valor, la diferencia es algo mayor, pues **el consumo fuera del hogar alcanza un valor correspondiente al 34,1% del gasto total.**

1.3 EL CONSUMO EN LOS HOGARES

El **gasto total de los hogares españoles en alimentación** ascendió a **69.503,13 millones de**

euros durante el año 2019, supone un **incremento del 1,4%** respecto al año 2018. Este aumento se debe al incremento del precio medio del 1,8%, ya que el volumen total adquirido por parte de los hogares se mantuvo estable con una ligera variación negativa del -0,4% (28.669 millones de kg). El consumo per cápita dentro del hogar supuso una cantidad media aproximada de 621,67 kg-l ingeridos por persona y año. Los alimentos que suponen un mayor volumen de dicho consumo son las frutas, con un consumo per cápita de 90,9 kg por persona y año. Les siguen las verduras, patatas y hortalizas, con 84,6 kg por persona anuales, y en tercer lugar la leche con 69,3 kg/persona/año.

Gasto en alimentación (millones €) en los hogares españoles. (Año 2019)

69.503,13 Millones de Euros



Evolución Consumo

Evolución Precio

Evolución Gasto

La alimentación fresca representa el 39,8% del peso total de alimentación a cierre de año 2019. En valor la proporción es ligeramente mayor (43,1%). Durante el ejercicio 2019, se registra cierta estabilidad en términos de volumen con una variación del 0,1% respecto del año 2018. En valor sin embargo los datos son positivos y la alimentación fresca consigue aumentar la facturación con respecto al año anterior en una proporción del 1,9%. El resto de alimentación tiene una evolución desfavorable y como tal pierde volumen con respecto al año anterior (-0,7%). En valor sin embargo el impacto para el resto de alimentación es positivo y crece un 1,1%.

Por tipos de productos, destaca el crecimiento en volumen de alimentos como platos preparados (+4,2%), así como las bases de pizzas y masas de hojaldres (3,7%). Se incrementan también los frutos secos (+2,8%) de igual manera que el café y las infusiones (+1,9%) especialmente, el café en capsulas, con una variación del 6,2%. Crecen también alimentos básicos como las pastas con una variación del 1,1% o las legumbres con una variación del 5,1%, especialmente si son cocidas (8,9%). El aceite, imprescindible en la dieta mediterránea, durante el año 2019 ha acusado un descenso en su demanda con un retroceso del 1,9% en términos generales, ahora bien la compra de los aceites de oliva (virgen extra, virgen y de oliva) se posiciona en positivo con una ligera variación del 0,2% respecto al año 2018 en su conjunto, aunque ya veremos en el capítulo correspondiente a esta categoría, cual es la evolución de cada uno de los tipos de aceite.

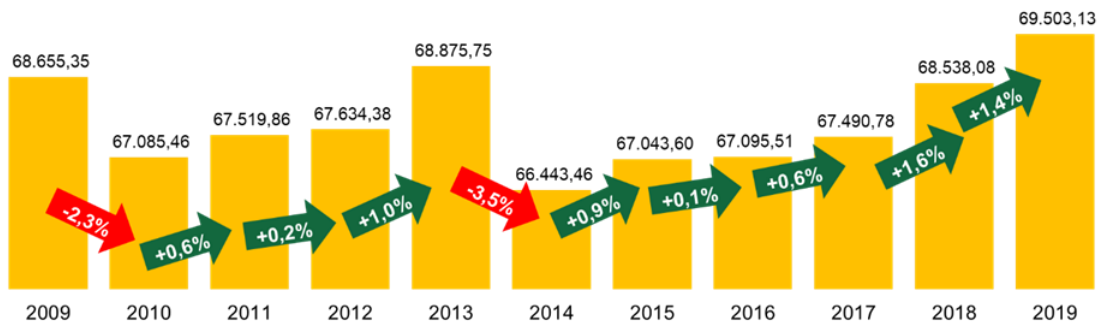
Sin embargo, durante el año 2019, se constata un descenso del consumo durante de otros productos de alimentación como carne, pescados frescos y congelados, así como en algunos tipos de frutas frescas, hortalizas frescas y patatas frescas, al igual que en el caso de el azúcar o el pan.

En cuanto a las bebidas, los datos muestran un menor consumo de la categoría de agua envasada, así como gaseosas y bebidas refrescantes, zumos y néctares o los vinos sin DOP/IGP al igual que ocurre con las bebidas espirituosas, que pierden el 2,0% del volumen registrado a cierre de año 2018. Por el contrario se evidencia un aumento en el caso de la cerveza, los espumosos (incluido cava) más gasificados y los vinos con DOP/IGP.

Si profundizamos respecto a los establecimientos de compra, se observa que el supermercado es el canal preferido por los consumidores para realizar las compras, representando el 48,2% de las

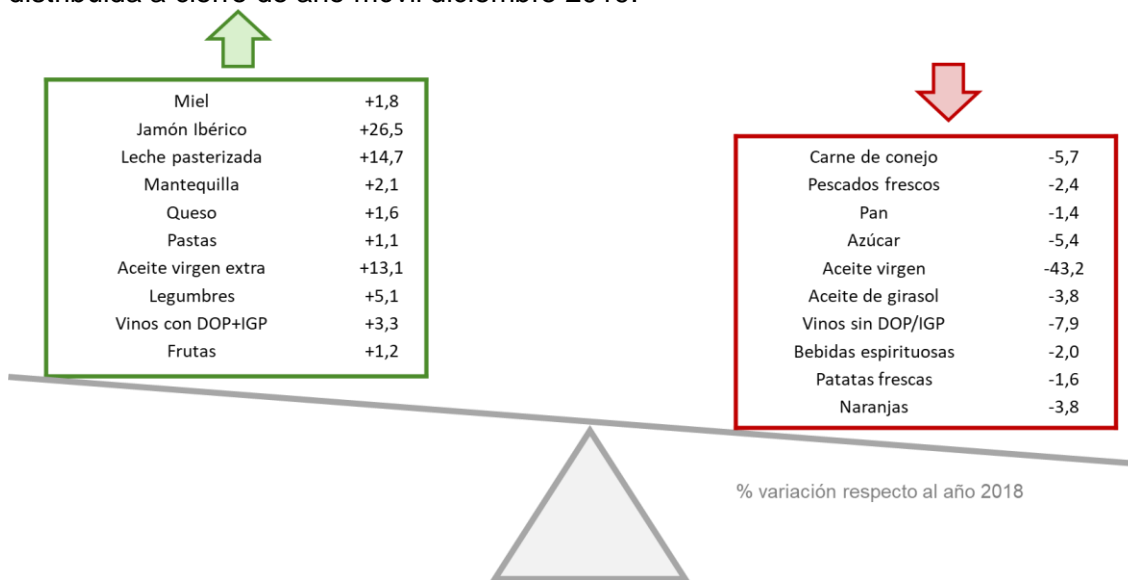
compras de productos de alimentación. El volumen con respecto al ejercicio anterior permanece estable, pero aún así consolidando su liderazgo a nivel total alimentación. Dentro de este canal la alimentación fresca tiene un ligero crecimiento con una evolución del 1,5%, mientras que el resto de alimentos pierde el 0,7% del volumen con respecto al año anterior.

Evolución del gasto en alimentación (millones €) en los hogares españoles. (Desde año 2009 hasta año 2019)



En segundo lugar con el 15,4% del volumen total de compras se consolidan las tiendas descuento, si bien, el año 2019 no ha sido favorable para estas plataformas de distribución y acusan una pérdida del 3,6% del volumen con respecto al año anterior. Esta variación en negativo procede del fuerte retroceso que tienen dentro de este canal los productos no frescos, pues pierden un 5,0% del volumen con respecto al año anterior, ya que los productos frescos tan solo acusan una leve variación del 0,1% en negativo.

Las tiendas tradicionales, también conocidas como canal especialista, tienen un peso del 13,8% sobre el total de las compras. Pierden un 3,5% del volumen de compra con respecto al mismo periodo del año anterior, principalmente por el descenso en compra de alimentación fresca del 3,1% ya que estos canales son responsables del casi el 30% del volumen de la alimentación fresca distribuida a cierre de año móvil diciembre 2019.



1.4

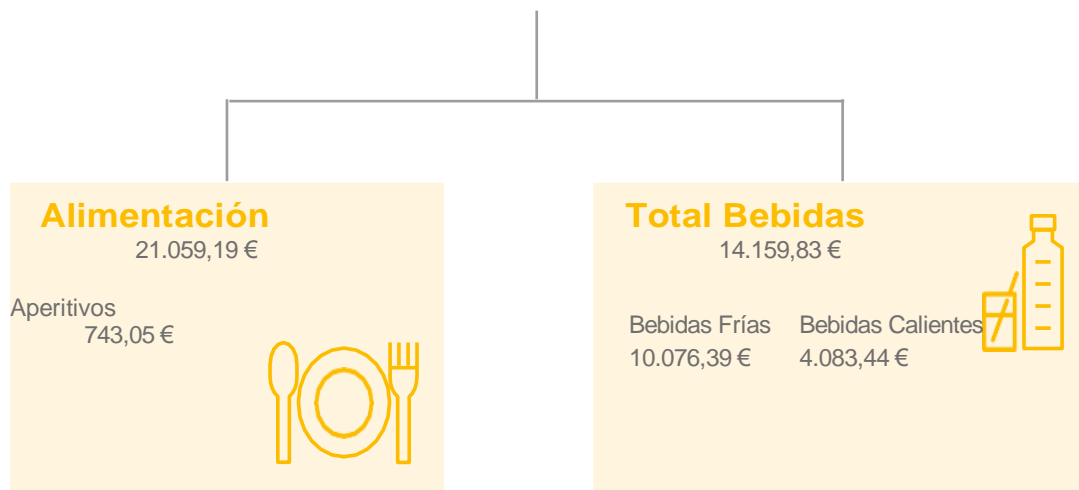
EL CONSUMO FUERA DE LOS HOGARES

Durante el año 2018, el **gasto en alimentos, en bebidas y aperitivos fuera del hogar** ascendió a **35.962,07 millones de euros**, lo que equivale a 4.633,70 millones de kg-litros y cerca de 16.718,59 millones de consumiciones en términos generales. Podemos decir que, en promedio cada individuo



consume fuera del hogar la cantidad de 136,62 kg-litros de productos de alimentación fuera de casa.

35.962,07 millones de €



Si tenemos en cuenta cada tipo de consumo, el comportamiento es muy diverso según el grupo de productos contemplado, pues la elección varía enormemente en función de la ocasión de consumo (comidas principales, desayuno, etc.), el entorno (solos, con amigos, con familia, con compañeros de trabajo), el grupo de edad, etc. Por ejemplo podemos destacar la buena evolución en general de bebidas frías como la sidra, la cerveza y el agua, mientras que hay algunos tipos de bebidas, como por ejemplo los vinos, que pierden intensidad de consumo durante el año 2019 o las bebidas espirituosas que pierden intensidad de consumo fuera de casa. Se intensifica por su parte el consumo de algunas bebidas calientes como son el café o la leche o el resto de bebidas calientes, pero no así con las infusiones.

En todo caso podemos destacar un **gasto por persona fuera del hogar de 1.060,29 €**, repartidos en un 60,6% atribuible a alimentos, y el restante 39,4% atribuible a bebidas. De esta proporción podemos asignar un 28,0% a bebidas frías y un 11,4% correspondiente a bebidas calientes.

Teniendo en cuenta el número de consumiciones y su distribución, los principales alimentos consumidos fuera de casa ordenados por número de consumiciones serían el pan, que se consume en el 29,0% de las consumiciones, seguido de hortalizas y verduras (22,1%) y en tercera posición las carnes (21,9%), la bollería se mantiene con una participación del 13,9% de las consumiciones totales.

Ahora bien, si tenemos en cuenta cual es la proporción en volumen, la secuencia de productos queda ordenada de la siguiente forma: en primer lugar con el 27,3% del volumen consumido estarían las hortalizas y verduras; en segundo lugar con el 14,9% de cuota la carne, siendo el tercer puesto para el pan con el 11,6% del volumen. Los pescados y mariscos mantienen una proporción en volumen del 9,5% y la bollería tendría una cuota del 5,7% sobre el total del volumen.

Si tenemos en cuenta la proporción de consumiciones realizadas fuera del hogar en el caso de las bebidas frías, destaca la elección de cervezas, bebidas refrescantes y agua envasada. Si tenemos en cuenta el volumen

total consumido la proporción no tiene el mismo orden, aunque si intervienen los mismos productos, por una cuestión de formatos. Las cervezas son responsables del 31,9% del volumen sobre el total de las bebidas frías, le siguen las aguas de bebidas envasadas con el 29,0% de los litros y las bebidas refrescantes con el 17,2% de los litros.

Si tenemos en cuenta las bebidas calientes la leche es el tipo que lidera este segmento con el 7,7% del volumen, seguido del café con el 2,8% de los litros sobre el total bebidas.

1.5 USOS, HÁBITOS Y TENDENCIAS DEL CONSUMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

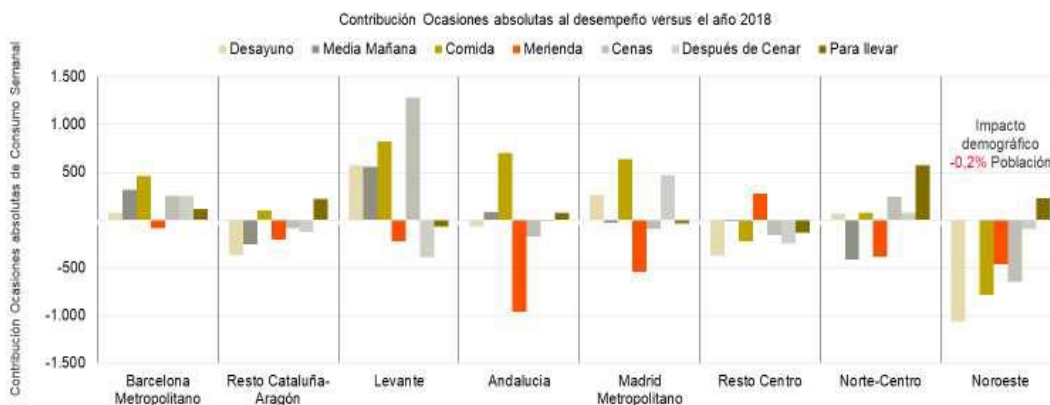
El **Panel de usos**, estudio puesto en marcha en 2017, evidencia los cambios y tendencias en el comportamiento del consumidor.

A pesar de la aparente calma del consumo general dentro del hogar (el número de ocasiones de consumo se mantiene sin variación), los momentos de consumo a lo largo del día se mantienen en constante cambio. En términos generales, gran parte del consumo se sigue concentrando en las comidas principales y el desayuno (77,8% de las ocasiones totales). Sin embargo, el desayuno durante el año 2019 fue responsable de la pérdida de ocasiones de consumo dentro del hogar (-0,4%). Si bien, hay diferencias entre el tipo de desayuno, pues aumentan los desayunos salados mientras que decrecen los dulces (1,7% y -0,1% respectivamente).

Con respecto a los momentos principales del día, comidas y cenas, son dos momentos que se ven fortalecidos a lo largo del día (0,8% y 0,3% respectivamente). Sin embargo, a nivel monetario, son momentos en los que los consumidores cada vez destinan menos recursos económicos. Se consolida pues un cambio evidente por el que nos dirigimos hacia la simplificación del menú, donde impera y se construye un nuevo contexto en las comidas y en las cenas, ya que la versatilidad y la conveniencia son la clave en el consumo y donde crecen los platos únicos (0,5%) frente a menús más complejos o completos especialmente en la cena.

A pesar de que simplifican los menús, no implica que se cocine menos. De hecho, los platos de recetas crecen +2,5%, así como platos para compartir (+7,7% ocasiones), como una forma de practicidad. Es así como la variedad de platos tiende a diversificarse, donde de evidencia un crecimiento por encima del promedio para los huevos, la verdura, ensaladas, legumbres y platos a base harinas (masas, empanadas).

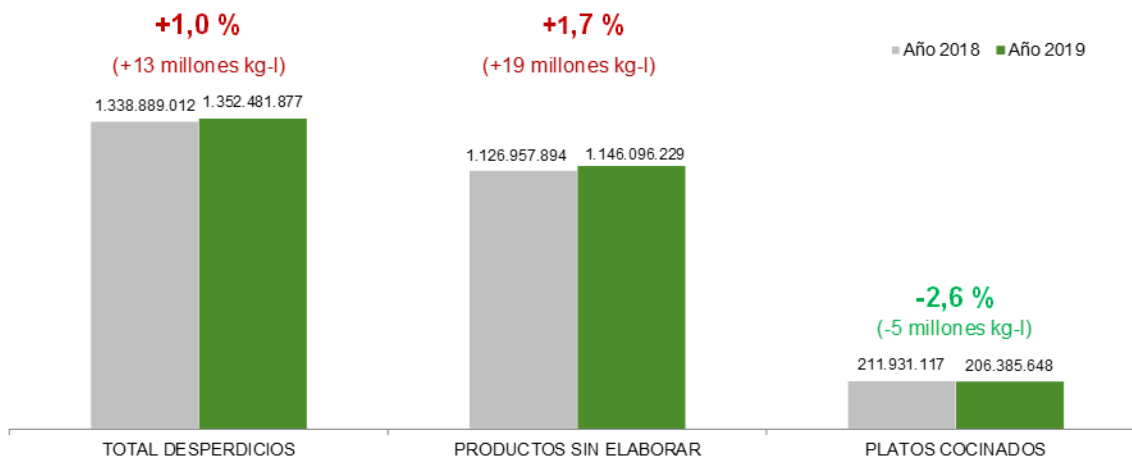
Otro de los hallazgos relevantes en el consumo de comida principales, es la pérdida de ocasiones de consumo de bebidas.



1.6 EL DESPERDICIO ALIMENTARIO GENERADO EN LOS HOGARES ESPAÑOLES

Los hogares españoles tiraron a la basura **1.352 millones de kilos de alimentos a la basura (26 millones de kilos semanales)**, durante el año 2019. Este dato constata que, pese a que la cantidad es mayor con respecto al periodo 2018 en una proporción del 1,0% el desperdicio alimentario, parece que se contiene el incremento, pues es mucho menor que el que se dio en 2018. No obstante, **se tiraron a la basura 13 millones de kilos más que el año pasado.**

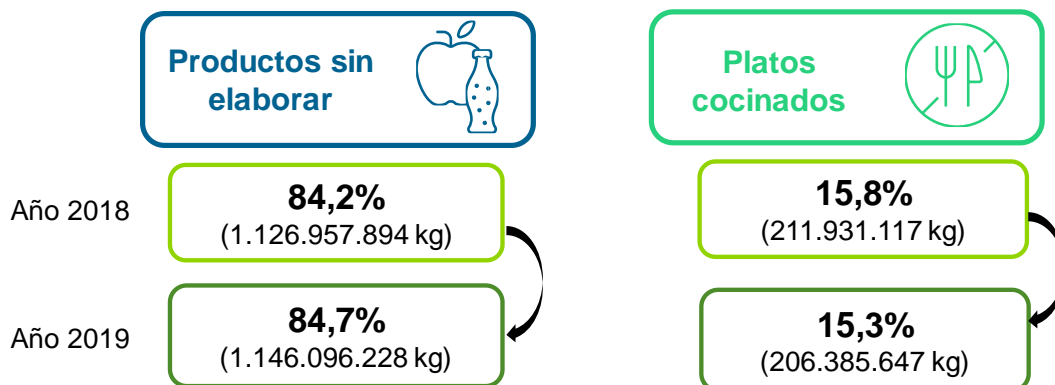
Volumen (kg-l) y % Evolución de alimentos y bebidas tirado a la basura 2019 vs. 2018



La proporción del desperdicio en los hogares españoles es del 4,7 por ciento sobre el total de alimentación comprado por los hogares españoles. No se desperdicia en la misma proporción lo que se compra, existiendo diferencias significativas por productos.

En comparación con el año 2018 y como cambio sustancial, la composición del desperdicio cambió ligeramente a lo largo del año 2019. Durante el año 2019, se incrementó un 1,7% el desperdicio alimentario de los productos sin procesar, siendo por tanto estos los responsables del aumento del desperdicio a nivel total.

% Cuota volumen sobre el total desperdicios 2019 vs. 2018



De hecho, el 84,7% del total de alimentos tirados a la basura se corresponde con alimentos (sin procesar) desperdiciados por los hogares tal cual los compraron. Frutas, verduras/hortalizas y las bebidas son los grupos de alimentos más desechados.

Por su parte, la otra parte del desperdicio proviene o se corresponde con las recetas cocinadas y desperdiciadas después, en cuyo caso vemos que éstas se reducen un 2,6% con respecto al periodo previo. No obstante, tienen una participación del 15,3% sobre el total de alimentos tirados a la basura.

Como ya hemos observado la proporción del volumen es muy desigual ya sea desperdicio de productos sin utilizar o el proveniente de recetas.

Si tenemos en cuenta las recetas en sí, existen tres platos que aquellos que terminan con mayor proporción de volumen tirado en la basura, a mucha distancia respecto al resto, como son las lentejas, la tortilla de patatas y el potaje de garbanzos.



CÓDIGO DE BUENAS
PRÁCTICAS EN LA
CONTRATACIÓN
ALIMENTARIA

1.1

DATOS AGREGADOS

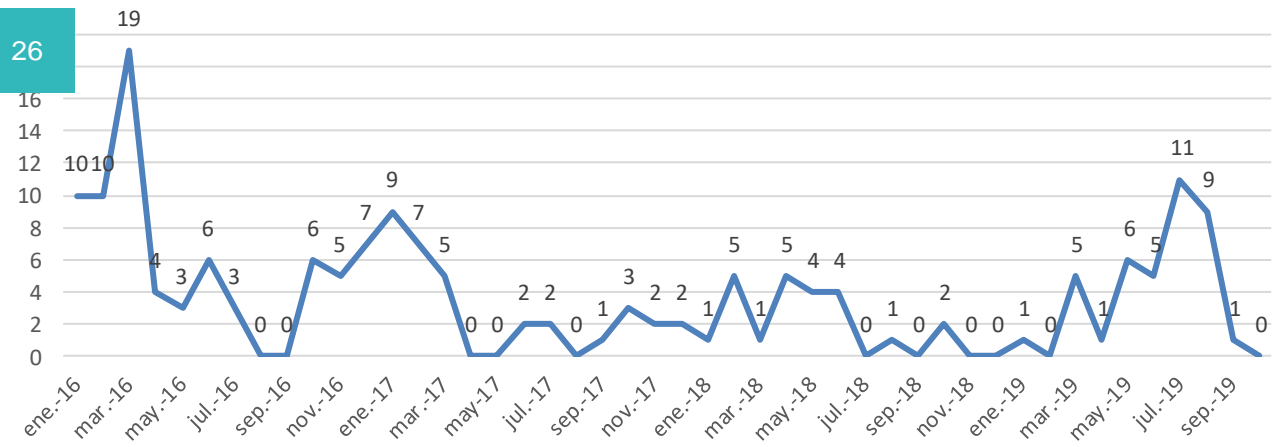
El 24 de noviembre de 2015 el MAPAMA, y tras un largo periodo de reuniones y negociaciones, acordó el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria, junto a las organizaciones y asociaciones representativas de la producción, la industria y la distribución. Además participaron también en el acuerdo, el Ministerio de Economía y Competitividad y las Comunidades Autónomas, con el fin de promover un Código de aplicación uniforme en todo el territorio español.

Una vez aprobado dicho Código y, teniendo en cuenta la necesidad de que recibiera la más amplia difusión por la trascendencia que para el conjunto de la cadena alimentaria tenían las actuaciones que en el mismo se contemplan, se resolvió la publicación mediante Resolución de 10 de diciembre de 2015, de la Dirección General de la Industria Alimentaria, por la que se publica el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria.

Desde su puesta en funcionamiento, a fecha diciembre de 2019 hay 168 adheridos al Código, entre operadores y asociaciones de los distintos eslabones de la cadena alimentaria: producción, industria, mayoristas, y distribución, que se detallan a continuación.

A lo largo de estos más de dos años y medio se han llevado a cabo una media de 3 a 4 adhesiones mensuales, con un máximo de 19 adhesiones en el mes de marzo del año 2016.

Distribución temporal de las adhesiones

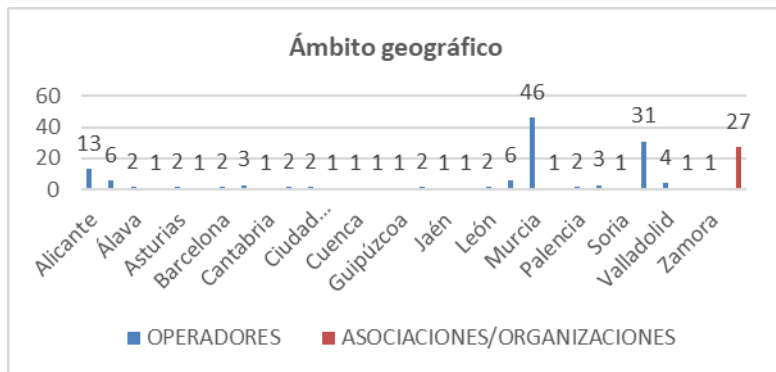


ÁMBITO

GEOGRÁFICO

En la siguiente gráfica se puede observar las 29 provincias en las que se encuentran la sede social de las empresas adheridas. Especial atención a las Asociaciones, representadas en la última columna del gráfico.

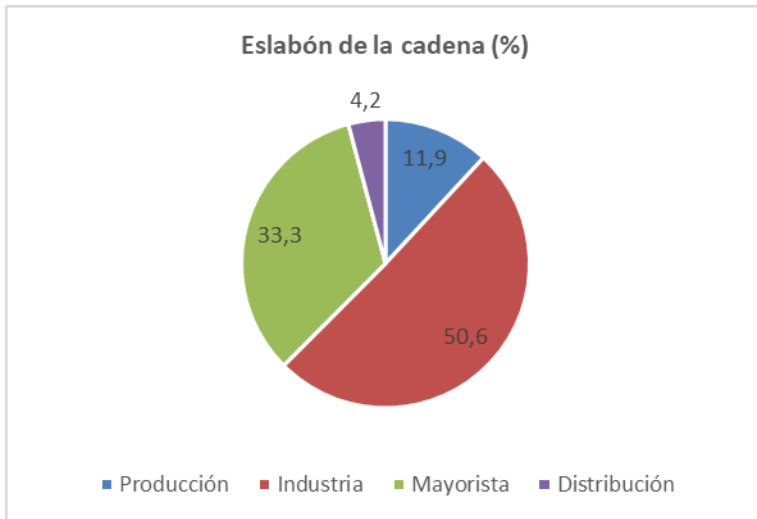
Ámbito geográfico



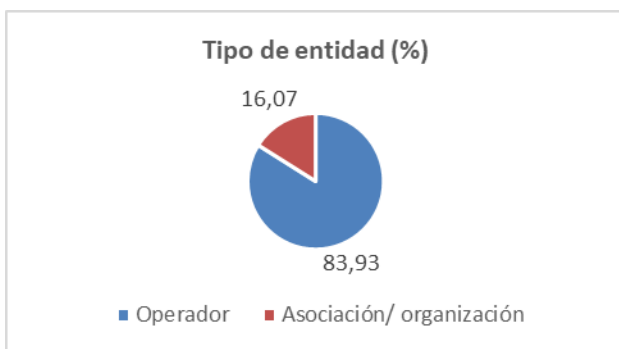
DATOS DESAGREGADOS CON NÚMERO DE ADHESIONES

1. ESLABÓN DE LA CADENA Y TIPO DE ENTIDAD

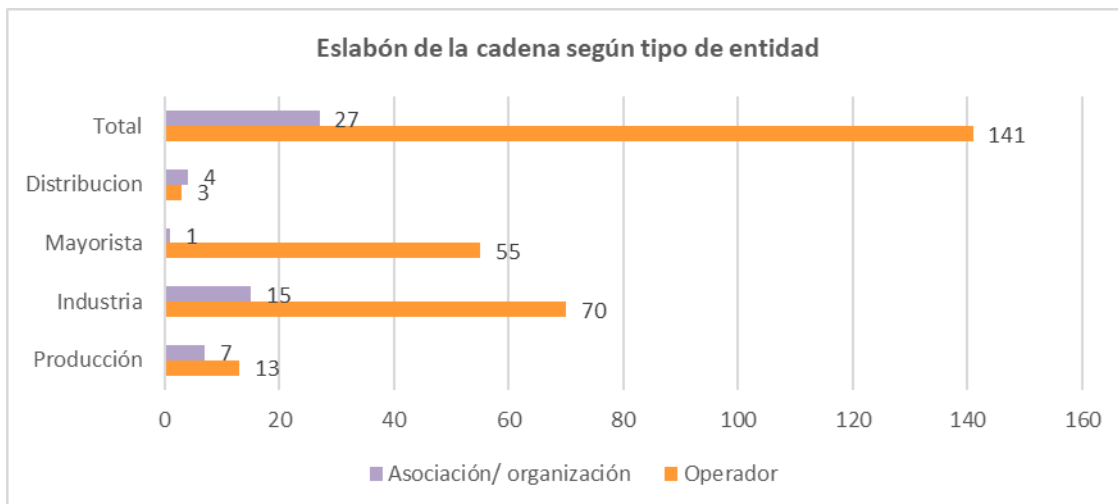
El eslabón con mayor número de adhesiones es el de la Industria, con un 50,6 % del total de los operadores y asociaciones adheridos, seguido por el de Mayoristas, con aproximadamente un 33,5% y Producción en tercer lugar.



Más de tres cuartas partes de las adhesiones están conformadas por operadores del sector agroalimentario, el restante 16,03% se corresponde con asociaciones y organizaciones. Las cifras de cooperativas adheridas son aún bastante escasas (12,5 % del conjunto de adhesiones).

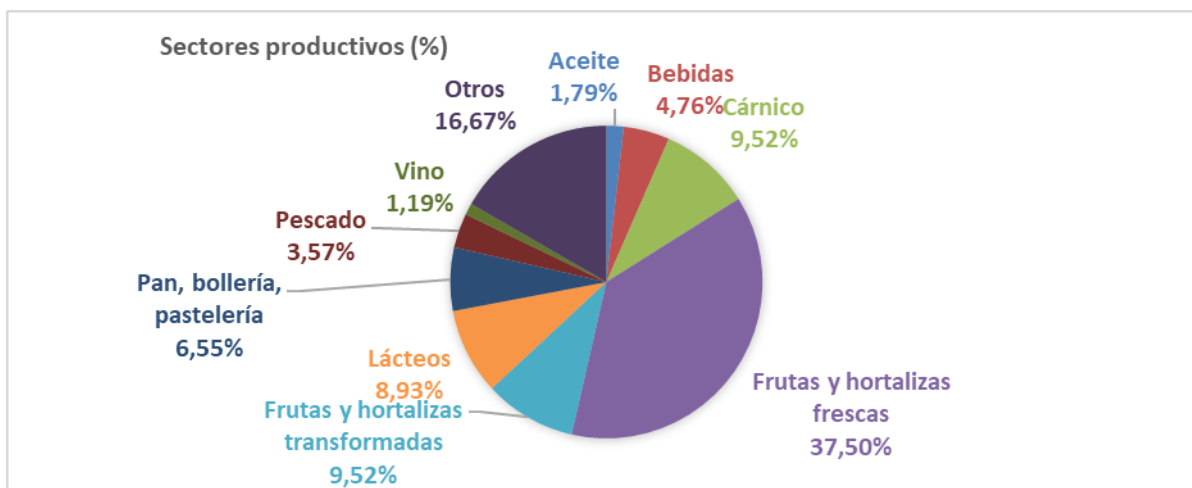


A continuación se presentan los datos absolutos de operadores, asociaciones y cooperativas adheridas al Código según el eslabón de la cadena al que pertenecen.



Sectores productivos

De entre todos los sectores representados por los operadores y asociaciones adheridos, aquellos que tienen un mayor peso son “frutas y hortalizas frescas” y “”, con un 37,50% , les sigue en porcentaje el sector cárnico y las “frutas y hortalizas transformadas” con un 9,52 % “respectivamente. El sector “lácteo” merece una especial mención dado que supera el 8 %,



A continuación se pueden observar las cifras absolutas de adhesiones para los sectores productivos más relevantes.

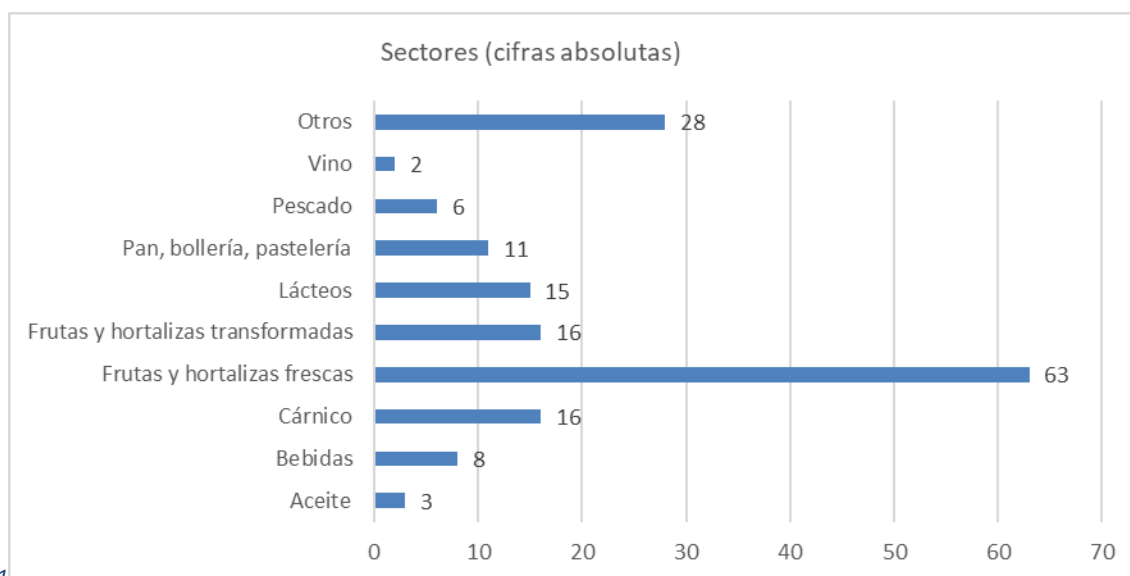


Tabla 1

1. RELACIÓN DE OPERADORES Y ASOCIACIONES/ORGANIZACIONES ADHERIDAS AL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS EN LA CONTRATACIÓN DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA (31/12/2019)

1 PRODUCCIÓN (20) (7 Nacional/ 1Huelva/ 1 A Coruña/ 1 Pontevedra/5 Murcia/1 Alicante/1 Valladolid/ 1 Valencia/1 Alicante/1 Valencia)

OPERADORES ADHERIDOS: 7 (1 Pontevedra/ 4 Murcia/1 Alicante/1 Valencia)

- PESCANOVA ESPAÑA, S.L. (Pontevedra)
- MUNDOSOL QUALITY S.L. (Murcia)
- CAMPOUNIÓN SELECCIÓN (Murcia)
- EXPLOTACIONES AGRÍCOLAS DE LA REGIÓN DE MURCIA (Murcia)
- TOÑIFRUIT S.L.(Murcia)
- CASA ZUAN (Alicante)
- REINA APÍCOLA LEVANTINA (Valencia)

1.1. COOPERATIVAS ADHERIDAS: 6 (1Huelva/ 1 A Coruña/1 Alicante/1 Murcia/ 1Valladolid/ 1 Valencia)

- FRUTAS EL PINAR, S. COOP. AND. (Huelva)
- AGRIGGA CARNE S. COOP. GALEGA (A Coruña)
- SUNRIVER EL GRUPO S.COOP. (Alicante)
- SAT LAS PRIMICIAS (Murcia)
- BODEGA CUATRO RAYAS S. COOP AGROALIMENTARIA (Valladolid)
- COOPERATIVA AGRÍCOLA NUESTRA SEÑORA DE LORETO (CANSO) (Valencia)

1.3. ASOCIACIONES/ORGANIZACIONES ADHERIDAS: 7 (* las interprofesionales se encuadran en este eslabón) (7 Nacional)

- UPA: UNIÓN DE PEQUEÑOS AGRICULTORES Y GANADEROS (Nacional)
- COAG: COORDINADORA DE ORGANIZACIONES DE AGRICULTORES Y GANADEROS (Nacional)
- ASAJA: ASOCIACIÓN AGRARIA- JÓVENES AGRICULTORES (Nacional)
- AILIMPO: ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE LIMÓN Y POMELO* (Nacional)
- COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS DE ESPAÑA, U. de COOP. (Nacional)
- ASOCIACIÓN DE GANADEROS PRODUCTORES DE LECHE (AGAPROL) (Nacional)
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE OPFH DE FRUTOS SECOS Y ALGARROBAS (Nacional)

2 INDUSTRIA (85) (15 Nacional/ 17 Murcia/ 5 A Coruña/ 4 Madrid / 3 Burgos / 2 Palencia/ 2 Álava/ 2 Barcelona / 1 Las Palmas/ 10 Valencia/ 1 Guipúzcoa / 2 Pontevedra/ 1 Córdoba/ 1 Huelva/1 Jaén / 3 Valladolid/ 1 Girona/ 1 Vizcaya/ 2 Ciudad Real/ 1 León/ 1 Cantabria/ 1 Asturias/ 1 Cuenca/ 1 Zamora / 1 Soria / 4 Alicante / 1 Castellón)

2.1. OPERADORES ADHERIDOS: 62 (17 Murcia/ 4 A Coruña/ 4 Madrid / 3 Burgos / 2 Palencia/ 2 Álava/ 2 Barcelona / 1 Las Palmas/ 9 Valencia/ 1 Guipúzcoa / 2 Valladolid/ 1 Girona/ 1 Vizcaya/ 2 Ciudad Real/ 1 León/ 1 Cantabria/ 1 Asturias/ 1 Cuenca/ 1 Zamora/1 Soria/ 4 Alicante / 1 Castellón)

- HNOS. ESCÁMEZ SÁNCHEZ S.L. (Murcia)
- EMBUTIDOS TRADICIONALES DE VILLARCAYO, S.L. (Burgos)
- EMBUTIDOS L. RIOS, S.L (Burgos)
- ABELLÁN BIOFOODS S.L. (Murcia)
- AGUAS MINERALES DE FIRGAS S.A. (Las Palmas)
- PRODUCTOS SOLUBLES, S.A. (Palencia)
- GALLETAS SIRO, S.A. (Palencia)
- LA NIÑA DEL SUR, S.L. (Murcia)
- HERBOSPICE, S.L. (Murcia)
- ACEITUNAS Y ENCURTIDOS ZAMBUDIO, S.L. (Murcia)
- SUCESORES DE MUÑOZ Y PUJANTE, S.L. (Murcia)
- REFRÉSCAME DE FORMA NATURAL, S.L. (Murcia)
- SUCESORES DE BERNARDINO MUÑOZ, S.A. (Murcia)
- PANARRO FOODS, S.L. (Murcia)
- CONGELADOS PEDANEO S.A. (Murcia)
- ARDMURCIA, S.A. (Murcia)
- EMBUTIDOS F. MARTÍNEZ R., S.A. (Valencia)
- ANGULAS AGUINAGA, S.A.U. (Guipúzcoa)
- LÁCTEOS FEINAR, S.L. (A Coruña)
- FEIRACO LÁCTEOS, S.L. (A Coruña)
- CALIDAD PASCUAL S.A.U. (Burgos)
- MANTEQUERÍAS ARIAS (Madrid)
- LUIS CALVO SANZ, S.A. (A Coruña)
- QUESERÍAS ENTREPINARES, S.A.U. (Valladolid)
- LÁCTEOS DEL JARAMA, S.A. (Madrid)
- SCHWEPPE, S.A. (Madrid)
- NESTLÉ ESPAÑA S.A. (Barcelona)
- PEPSICO FOODS, A.I.E. (Álava)
- COMPAÑÍA DE BEBIDAS PEPSICO, S.L. (Álava)
- CUÉTARA, S.L.U. (Madrid)
- GRANJA SAN FRANCISCO S.L.U. (Girona)
- GALLETAS ARTIACH S.L.U. (Vizcaya)
- LA PIARA S.A.U. (Barcelona)
- RAMARSAN, S.L. (Ciudad Real)
- LACTIBER LEÓN S.L. (León)
- TRIGORICO S.L.U. (GRUPO ADAM FOODS) (Cantabria)
- RIVERBEND ESPAÑA, S.A. (Murcia)
- HIDA ALIMENTACIÓN, S.A. (Murcia)
- CORPORACIÓN ALIMENTARIA PEÑASANTA, S.A. (Asturias)
- INDUSTRIAS CÁRNICAS LORIENTE PIQUERAS (Cuenca)
- MENUDOS DUENDES, S.L. (Murcia)
- LECHE GAZA, S.L. (Zamora)
- CINCO TENEDORES S.L. (Valencia)
- MIGUEL PARRA E HIJOS, S.A. (Murcia)
- INDUSTRIAS CARNICAS VILLAR (Soria)
- FORRAJES Y PROTEINAS (Valladolid)

- MANIPULADOS DE CEBOLLAS Y DERIVADOS S.L. (Valencia)
- DEPURADORA DE MARISCOS DE LORBE S.A. (A Coruña)
- DISTRIBUCIONES ECOLOGICAS ECOSANA S.L. (Murcia)
- JUGOS ECOLOGICOS DE MURCIA S.L. (Murcia)
- ROSCRIS BENIOPA S.L. (Valencia)
- ACEITUNAS CAZORLA (Alicante)
- CONSERVAS FAMILIA CONESA S.L.U. (Alicante)
- PRECOAN, S.L.(Alicante)
- SNACKS EL VALLE, S.L. (Alicante)
- MIELSO, S.A. (Castellón)
- SALA DE DESPIECE Y EMBUTIDOS CASTRO S.L (Ciudad Real)
- COFFEE PRODUCTIONS S.L. (Valencia)
- DISPLAFRUIT,S.A (Valencia)
- FRUTOS SECOS ESCRIBA S.L. (Valencia)
- GMB LA MARCELINA S.L (Valencia)

2.2. COOPERATIVAS ADHERIDAS (8): (1 A Coruña / 1 Córdoba/ 1 Huelva/ 2 Pontevedra/1 Valladolid/1 Jaén/ 1 Valencia)

- AGRUPACIÓN DE COOPERATIVAS LÁCTEAS, S.L. (CLESA) (Pontevedra)
- FEIRACO SOCIEDAD COOPERATIVA GALEGA (A Coruña)
- SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA GANADERA DEL VALLE DE LOS PEDROCHES. COVAP (Córdoba)
- FRESLUCENA S. COOP. AND. (Huelva)
- BODEGAS EIDOSELA, S.C.G. (Pontevedra)
- SOCIEDAD COOPERATIVA GENERAL AGROPECUARIA (ACOR) (Valladolid)
- ACEITES DEL SUR - COOSUR, S.A. (Jaén)
- INMA FRUITS SAT (Valencia)

2.3. ASOCIACIONES/ORGANIZACIONES ADHERIDAS: 15

- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (FIAB) (Nacional)
- FEDERACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS LÁCTEAS (FENIL) (Nacional)
- ASOCIACIÓN DE CERVECEROS DE ESPAÑA (Nacional)
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE PRODUCTOS DE MARCA (PROMARCA) (Nacional)
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE CARNE DE ESPAÑA (ANICE) (Nacional)
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIALES ENVASADORES Y REFINADORES DE ACEITES COMESTIBLES (ANIERAC) (Nacional)
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS DE AGUAS DE BEBIDA ENVASADAS (ANEABE) (Nacional)
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE CEREALES EN COPOS O EXPANDIDOS (Nacional)
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE LA INDUSTRIA DE PANADERÍA, BOLLERÍA Y PASTELERÍA (ASEMAC) (Nacional)
- CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE ALIMENTOS COMPUESTOS PARA ANIMALES (CESFAC) (Nacional)
- ANAFRIC (Nacional)
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE TRIPA NATURAL (AETRIN) (Nacional)
- ASOCIACIÓN GENERAL DE FABRICANTES DE AZÚCAR DE ESPAÑA (AGFAE) (Nacional)
- FEDERACIÓN EMPRESARIAL DE CARNES E INDUSTRIAS CÁRNICAS (FECIC)(Nacional)
- FORO INTERAMENTARIO (Nacional)

3 MAYORISTAS (56) (24 Murcia/ 1 Asturias/ 1 Almería/7 Alicante/1 León/1 Madrid/17 Valencia / 1

Baleares / 1 Castellón / 1 Navarra /1 Nacional)

3.1. OPERADORES ADHERIDOS: 49 (21 Murcia/ 1 Asturias/ 1 Almería/5 Alicante/1 León/1 Madrid/16 Valencia / 1 Baleares / 1 Castellón/ 1 Navarra)

- HIJOS DE ALBERTO DEL CERRO S.L (Murcia)
- ROSERO GARCÍA y CIA S.A (Murcia)
- GRUPO ROSEGAR S.L (Murcia)
- FRUTAS POVEDA, S.A. (Murcia)
- FRUTAS CONDISO S.L. (Murcia)
- MARGOZ, S.L. (Murcia)
- MARIANO SAEZ, S.A. (Murcia)
- FRANCO MARÍN, S.L. (Murcia)
- CÍTRICOS LA PAZ S.L. (Murcia)
- HERFRU, S.A. (Murcia)
- FRUTAS NATURALES, S.A. (Murcia)
- AGRORESAN LEVANTE, S.L. (Murcia)
- FRUTAS BERI, S.A. (Murcia)
- MELÓN PLATINUM, S.L. (Murcia)
- FAST EUROCAFE, S.A.U. (Asturias)
- CAPARRÓS NATURE, S.L. (Almería)
- TANA S.A. (Murcia)
- KYMEY, S.L. (Murcia)
- ARCOFRUITS ESPAÑA, S.L (Murcia)
- FRUANI S.L. (Alicante)
- FRUGARVA (Murcia)
- FRUTAS APEMAR (Murcia)
- PERALES Y FERRER,S.L.U (Alicante)
- CARNICAS CARROBIERZO (León)
- HIJOS DE ANTONIO MARTINEZ PÉREZ S.L. (Murcia)
- AGRIOS EL CARRIL S.L. (Murcia)
- MANGUAN E HIJOS S.L. (Madrid)
- YACUFRUT S.L (Valencia)
- TRESFRUT S.L. (Valencia)
- F. MUÑOZ GUILLEM Y ASOCIADOS S.L. (Valencia)
- FRUTAS GRAGON S.L (Valencia)
- FERRANDO BLASCO S.L. (Valencia)
- JOSE MANUEL PARDO S.L. (Valencia)
- CAMPOMAR NATURE S.L (Alicante)
- UVAS DOCE, S.L. (Alicante)
- UVAS MONTEROL S.L. (Alicante)
- BIBIFRUIT, S.L. (Baleares)
- V ROS S.L. (Castellón)
- LORENZO SANDUA S.L.U (Navarra)
- AJOS MATEVI, S.L (Valencia)
- DUCAL EXPORT S.A(Valencia)
- EMILIO ESTEVE S.L. (Valencia)
- FERNANDO Y TOMAS S.L. (Valencia)
- FRATOMA S.L. (Valencia)
- FRUTAS JORGE, S.L. (Valencia)
- FRUTAS RANA S.L. (Valencia)
- JOBARMA EXPORT S.L. (Valencia)

- JOCARN DE VALENCIA S.L. (Valencia)
- SALA GANDIA S.L. (Valencia)

1.2. COOPERATIVAS ADHERIDAS ADHERIDOS: (3 Murcia/2 Alicante/ 1 Valencia)

- EL LIMONAR DE SANTOMERA, S. COOP. (Murcia)
- COOPERATIVA AGRICOLA DE CALLOSA D'EN SARRIA (Alicante)
- S.A.T CAMPOTEJAR DE SEGURA N° 9843 (Murcia)
- ALBAFRUITS COOP. VALENCIANA (Alicante)
- SAT N°2457 SAN CAYETANO (Murcia)
- CITRICOS XERESA SAT 997 (Valencia)

3.3. ASOCIACIONES/ORGANIZACIONES ADHERIDOS: (1 Nacional)

- AGRUPACIÓN DE EXPORTADORES DE ALMENDRA Y AVELLANA DE ESPAÑA (SAB-ALMENDRAVE) (Nacional)

4 DISTRIBUCIÓN (7) (4 Nacional/ 2 Valencia/ 1 Madrid)

4.1 TIENDA TRADICIONAL O ESPECIALIZADA (3) (3 Nacional)

4.1.1 OPERADORES ADHERIDOS: 0

4.1.2 ASOCIACIONES/ORGANIZACIONES ADHERIDAS: 3 (3 Nacional)

- FEDEPESCA: FEDERACIÓN NACIONAL DE ASOCIACIONES PROVINCIALES DE EMPRESARIOS DETALLISTAS DE PESCADOS Y PRODUCTOS CONGELADOS (Nacional)
- CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COMERCIO (Nacional)
- CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE DETALLISTAS DE LA CARNE (CEDECARNE) (Nacional)

4.2 DISTRIBUCIÓN ORGANIZADA (4) (1 Nacional/2 Valencia/ 1 Madrid)

4.2.1 OPERADORES ADHERIDOS: 2 (1 Valencia/ 1 Madrid)

- MERCADONA S.A. (Valencia)
- C.P. MERCHANDISING CO. LTD. SUCURSAL EN ESPAÑA (Madrid)

4.2.2 COOPERATIVAS ADHERIDAS: 1 (1 Valencia)

- CONSUM, S. COOP. V. (Valencia)

4.2.3. ASOCIACIONES/ORGANIZACIONES ADHERIDAS: 1 (1 Nacional)

- ASEDAS: ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DISTRIBUIDORES, AUTOSERVICIOS Y SUPERMERCADOS (Nacional)

ANEXO I

BOE- Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena Alimentaria

RDL 5/2020 de 25 DE FEBRERO POR EL QUE SE ADOPTAN DETERMINADAS MEDIDAS URGENTES EN MATERIA DE AGRICULTURA Y ALIMENTACIÓN

BOE- Real Decreto 64/2015

BOE - Resolución de 10 de diciembre de 2015, de la Dirección General de la Industria Alimentaria

ANEXO II

Composición del Pleno del Observatorio de la Cadena Alimentaria

ANEXO I

BOE- LEY 12/2013, DE 2 DE AGOSTO, DE MEDIDAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE LA CADENA ALIMENTARIA

BOE-A-2013-8554

[HTTPS://WWW.BOE.ES/ELI/ES/L/2013/08/02/12/CON](https://www.boe.es/eli/es/l/2013/08/02/12/con)

RDL 5/2020 DE 25 DE FEBRERO POR EL QUE SE ADOPTAN DETERMINADAS MEDIDAS URGENTES EN MATERIA DE AGRICULTURA Y ALIMENTACIÓN

BOE-A-2020-2669

[HTTPS://WWW.BOE.ES/ELI/ES/RDL/2020/02/25/5](https://www.boe.es/eli/es/rd/2020/02/25/5)

REAL DECRETO 64/2015 , de 6 de febrero, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, y se modifica el Reglamento de la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, reguladora de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias, aprobada por Real Decreto 705/1997, de 16 de mayo

BOE-A-2015-1159

[HTTPS://WWW.BOE.ES/ELI/ES/RD/2015/02/06/64/CON](https://www.boe.es/eli/es/rd/2015/02/06/64/con)

BOE - RESOLUCIÓN DE 10 DE DICIEMBRE DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA, por la que se publica el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria

BOE-A-2015-13856

[HTTPS://WWW.BOE.ES/ELI/ES/RES/2015/12/10/\(3\)/CON](https://www.boe.es/eli/es/res/2015/12/10/(3)/con)

RESOLUCIÓN DE 22 DE DICIEMBRE DE 2017 DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA, por la que se publican los operadores inscritos en el Registro Estatal de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria

[HTTPS://WWW.BOE.ES/DIARIO_BOE/TXT.PHP?ID=BOE-A-2018-89](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2018-89)

ANEXO 2 COMPOSICIÓN PLENO DEL OBSERVATORIO DE LA CADENA ALIMENTARIA

(Real Decreto 64/2015, de 6 de febrero)

	NOMBRE	CARGO	EMPRESA
PRESIDENTE	D. José Miguel Herrero Velasco	Director General de la Industria Alimentaria	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
En las sesiones que asiste el SGAA, actúa como Presidente	D. Fernando Miranda Sotillos	Secretario General de Agricultura y Alimentación	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
VICEPRESIDENTE	D. Jose Luis Kaiser Moreiras	Director Gral. de Política Comercial y competitividad	Ministerio de Industria, Comercio y Turismo
SECRETARIA	D ^a . Esther Valverde Cabrero	Subdirección General de Estructura de la Cadena Alimentaria	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
SUPLENTE	D ^a Elena Navarro Gascón	Jefa de Área de relaciones Interprofesionales	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

VOCALES DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

SECTOR	NOMBRE	CARGO	EMPRESA
A.G.E.	D ^a Carola González Kessler	Subdirectora General de Acuicultura y Comercialización Pesquera	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación Secretaría General de Pesca
	SUPLENTE D ^{ña.} Carmen Rodríguez Muñoz	Jefa de Área de la Subdirección General de Acuicultura y Comercialización Pesquera	Dirección General de Ordenación Pesquera Subdirección General de Economía Pesquera
MAPA	D ^{ña.} M ^a Josefa Lueso Sordo	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios
MAPA	D. Ignacio Atance Muñiz	Subdirector General de Frutas y Hortalizas, Aceite de Oliva y Vitivinicultura	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
MAPA	D. Gonzalo Eiriz Gervás	Subdirector General de Análisis, Prospectiva y Coordinación	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
	SUPLENTE D ^{ña.} M ^a José Rodríguez Sánchez	Jefa de Área de Planificación y Control de la Subdirección General de Análisis, Prospectiva y Coordinación	
MAPA	D. Clemente Mata Tapia	Subdirector General de Fomento Industrial e Innovación	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
MAPA	D ^{ña.} Gema Hernández Maroñas	Directora General de la Agencia de Información y Control Alimentarios	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
	SUPLENTE D ^{ña.} Inmaculada Barrera Fernández de Ávila	Directora Técnica de Mercados	AICA

VOCALES ÓRGANOS Y ORGANISMOS DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO

SECTOR	NOMBRE	CARGO	EMPRESA
Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital .	D ^a Marta Bardón Fernández-Pacheco	Subdirectora General de Análisis Sectorial	Ministerio de Asuntos Económicos y transformación Digital
	SUPLENTE Alejandro Grávalos Ezquerria	Subdirector General Adjunto de la Unidad de Mercado, Mejora de la Regulación y Competencia	Dirección General de Política Económica
Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición	D. Nelson Castro Gil	Subdirector General de Coordinación, Calidad y Cooperación en Consumo	Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social
	SUPLENTE D ^{ña.} María Ángeles Ortega Hurtado de Mendoza	Jefa de Área de la Subdirección de Coordinación Calidad y Cooperación en Consumo	
Instituto Nacional de Estadística	D. Ignacio González Veiga	Subdirector General de Estadísticas de Precios y de Presupuestos Familiares	Instituto Nacional de Estadística INE Subdirección General de Estadísticas Coyunturales y Precios

VOCALES COMUNIDADES AUTÓNOMAS

C.A. CANTABRIA	Pendiente de designación	Consejería Medio Rural, Pesca y Alimentación	Consejería Medio Rural, Pesca y Alimentación
C.A. CASTILLA- LA MANCHA	D. Gregorio Jaime Rodriguez	Director General de la Industria Agroalimentaria	
C.A. CASTILLA Y LEÓN	D. José Manuel Ferreras Navarro	Defensor de la Cadena Alimentaria de Castilla y León	Dirección General de Competitividad de la Industria Agroalimentaria y de la Empresa Agraria
C.A. CATALUÑA	D. Juan Gódia Tresánchez	Subdirector General de Industrias y Calidad Agroalimentarias	Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació de la Generalitat de Catalunya
C.A. EXTREMADURA	D ^a María Curiel Muñóz	Jefa de Servicio de Calidad Agropecuaria y Alimentaria	Consejería de Medio Ambiente y Rural, Políticas Agrarias y Territorio. Dirección General de Agricultura y Ganadería de la Junta de Extremadura

ASAJA	D. Pedro Barato Triguero	Pre Presidente de ASAJA	Asociación Agraria Jóvenes Agricultores
COAG	D. Andoni García Arriola	Comisión Ejecutiva. Responsable Cadena Alimentaria, Economía Agraria de COAG	Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos
UPA	D. Lorenzo Ramos Silva	Secretario General de UPA	Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos

VOCALES COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS

CAE	D. Ángel Villafranca Lara	Presidente de CAE	Cooperativas Agro-alimentarias de España
	SUPLENTE D. Agustín Herrero González	Director de CAE	

VOCALES CONFEDERACIÓN NACIONAL DE COFRADÍAS DE PESCADORES

FNCP	D. José Manuel González Gil de Bernabé	Presidente Cofradías	Federación Nacional de Cofradías de Pescadores
------	--	----------------------	--

VOCALIA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (FIAB)	D. Miguel Huerta	Secretario General de CONFECARNE	Confederación Organizaciones Empresariales del Sector Cárnico de España (CONFECARNE)
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (FIAB)	D. Primitivo Fernández	Director General de AINERAC	Asociación Nacional Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (ANIERAC)
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (FIAB)	D. Ignacio Larracochea	Presidente de PROMARCA	Asociación Nacional de Empresas de Productos de Marca (PROMARCA)
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (FIAB)	D. Mauricio García de Quevedo	Director General de FIAB	FIAB

ORGANIZACIONES SINDICALES REPRESENTATIVAS DE LOS TRABAJADORES

FITAG-UGT	D. Sebastián Serena Expósito	Secretario del Sector de Alimentación, Bebidas y Tabacos de FITAG-UGT	Federación de Industria y Trabajadores Agrarios (FICA-UGT)
CCOO	D. Jose Vicente Canet Juan	Secretario del Sector de Alimentación, Bebidas y Tabacos de FITAG-UGT	COMISIONES OBRERAS de industria

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA , MAYORISTA Y MINORISTA

ASOCIACIÓN DE CADENAS ESPAÑOLAS DE SUPERMERCADOS	D. Aurelio Del Pino	Presidente de ACES	ACES
ASOCIACIÓN NACIONAL DE GRANDES EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN	D. Javier Millán-Astray Romero	Director General de Anged	ANGED
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DISTRIBUIDORES, AUTOSERVICIOS Y SUPERMERCADOS	D. Ignacio García Magarzo	Director General de Asedas	ASEDAS
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COMERCIO	D. José Guerrero Huesca	Secretario General de CEC	CEC

CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

CONSEJO DE
CONSUMIDORES Y
USUARIOS

D^a Carmen Picot Ordoval

Vicepresidenta de la
Confederación Española de
Cooperativas de
Consumidores y Usuarios
(HISPACOOOP)

HISPACOOOP

INVITADOS

MERCASA

D. Jose Ramón Sempere

Presidente de MERCASA

Empresa Nacional de
Mercados Centrales de
Abastecimiento, S.A.
(MERCASA)

FEPEX

D. José María Pozancos Gómez-
Escolar

Director General de FEPEX

Federación Española de
Asociaciones de
Productores
Exportadores de Frutas,
Hortalizas, Flores y
Planta Vivas

FEDEPESCA

D^a María Luisa Álvarez Blanco

Directora General adjunta

Federación Nacional de
Empresarios Detallistas
de Pescado y Productos
Congelados

COEMFE

D. Andrés Suárez Puertas

Presidente de COEMFE

Confederación Nacional
de Empresarios
Mayoristas de Frutas y
Hortalizas de España

AECOC

D. José María Bonmatí

Director General de AECOC

Asociación de
Fabricantes y
Distribuidores (AECOC)

CNMC

COMISIÓN NACIONAL
DE LOS MERCADO Y LA
COMPETENCIA



MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

Edita:

© Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
Secretaría General Técnica
Centro de Publicaciones

Diseño y maquetación:

SGPDAE

NIPO papel: 003200153

NIPO línea: 003200169

Depósito Legal: M-5296-2020

Distribución y venta:

Paseo de la Infanta Isabel, 1

28014 Madrid

Teléfono: 91 347 55 41

Fax: 91 347 57 22

Tienda virtual: www.mapa.gob.es

e-mail: centropublicaciones@mapa.es

Catálogo de Publicaciones de la AGE:

<https://cpage.mpr.gob.es>