

Especias, condimentos y salsas

El mercado de salsas, especias y condimentos mantiene durante los últimos años una tendencia de expansión continuada. Durante 2015, las ventas de especias alcanzaron un valor de 156,1 millones de euros y un volumen de 9,28 millones de unidades, lo que supone unos incrementos interanuales del 4,5% en valor y del 4,2% en volumen. La principal partida de este mercado está compuesta por especias en seco, ya que representan el 85,4% del total en valor y el 83,3% en volumen. A mucha distancia se sitúan las presentaciones en fresco (8,4% en valor y 9,7% en volumen) y las especias congeladas (6,2% y 7% respectivamente). Las únicas especias con volúmenes de producción importantes en nuestro país son el pimentón, con una producción de 4.330 toneladas de pimientos para su elaboración, por un valor de 15,4 millones de euros, y el azafrán, del que se obtienen algo menos de 2.000 kilos, cuyo valor llega a 5,3 millones de euros.

Por lo que respecta a las salsas ambiente, el valor de mercado de todas las ofertas llegó durante el pasado año hasta 128,3 millones de euros, un 5% más que en el ejercicio

anterior, con una producción de casi 23,9 millones de kilos, con un incremento interanual del 4,4%. Menos importancia tienen las salsas frescas para pasta, cuyo valor llegó hasta 13,2 millones de euros (+8,5%), con un volumen de producción de algo menos de 1,4 millones de kilos (+11,1%) y las salsas deshidratadas, que se acercan a los 5,8 millones de euros de ventas, un 1,1% más que en el año anterior, con una producción de 5,3 millones de kilos (+1,9%).

Dentro de las salsas ambiente, la principal categoría es la de las salsas frías, con un valor de 72,8 millones de euros y un volumen de producción de 12,5 millones de kilos. El segundo segmento es el de las salsas ambiente para pasta (23,1 millones de euros y 4,5 millones de kilos). A continuación aparecen las salsas ambiente para cocinar (16,2 millones de euros y 3,5 millones de kilos) y las salsas para ensalada (16,1 millones de euros y 3,3 millones de kilos). Por variedades destacan fundamentalmente el tomate frito que supone en la distribución organizada el 39,1% de todas las ventas en valor, la mayonesa, con el 27% y el ketchup y mostaza, con el 12,5%. ●

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector de empresas envasadoras y comercializadoras de especias y condimentos ha estado tradicionalmente compuesto por un gran número de pequeños y medianos operadores, aunque en los últimos años se han registrado fuertes movimientos de modernización y concentración que han acabado configurando algunos grandes grupos que basan su sostenibilidad en el comercio exterior. Este auge de las exportaciones, junto al abastecimiento a las grandes cadenas de distribución alimentaria y el auge de las marcas blancas son los elementos principales que estimulan la concentración. Además de algunas empresas especialistas, en el mercado de las especias han entrado con fuerza algunos grupos importantes de sectores relativamente afines, como los frutos secos, las salsas, las conservas o el aceite.

El líder sectorial registra una facturación de unos 50 millones de euros anuales, mientras que el segundo llega hasta los 44 millones y el tercero se sitúa en 34 millones de euros. Las marcas de distribución controlan el 63,6% de todas las ventas en volumen y el 50,5% en valor. La primera ofer-

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE SALSAS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Nestlé España, S.A. *	1.760,00
Deoleo, S.A. - Grupo *	773,24
Unilever España, S.A. - Grupo *	600,00
Mondelez España - Grupo *	600,00
Aceites del Sur-Coosur, S.A. (Acesur) *	502,00
Hero España, S.A. *	200,20
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	180,00
Grupo Helios *	164,00
H.J. Heinz Foods Spain, S.L. *	144,00
Primaflor, S.L. - Grupo *	129,46

* Sus datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2015

ta con marca propia presenta unas cuotas del 12,2% y del 17,8% respectivamente, la segunda llega hasta el 7,7% y el 9,7% y la tercera apenas supone el 1,2% en volumen y el 2,1% en valor.

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE ESPECIAS, CONDIMENTOS Y ALIÑOS

EMPRESA	VENTAS Mill. Euros
Aceites Borges Pont, S.A. *	340,00
Grupo Ybarra Alimentación, S.L. (GYA) *	180,00
Bolton Cile España, S.A.*	75,00
Jesús Navarro, S.A. *	61,74
Ramón Sabater, S.A.*	50,00
Conservas Dani, S.A. *	44,00
Aceites García de la Cruz, S.L. *	42,70
Unión Salinera de España, S.A. - Grupo	41,28
Coop. Coato *	40,00
Herbex Iberia, S.L. *	26,09

* Los datos incluyen actividades en otros sectores

FUENTE: Informe Anual de ALIMARKET/2015

En el caso de las salsas, el predominio de grandes grupos internacionales resulta mucho más perceptible. Junto a estas compañías multinacionales aparecen algunos especialistas españoles, a menudo con líneas de negocio en otros sectores afines. Dentro de las salsas ambiente, el primer fabricante registra una producción de 80.000 toneladas, mientras que el segundo llega hasta las 63.000 toneladas, el tercero ronda las 41.000 toneladas, el cuarto supera las 34.200 toneladas y el quinto alcanza las 32.000 toneladas. Las marcas blancas son también hegemónicas en estos mercados, ya que controlan el 54,4% de todas las ventas en volumen de salsas ambiente y el 37,7% en valor, mientras que la primera oferta marquista llega al 4,8% y el 6,8% y la segunda ronda el 3,2% y el 3,5%. En el caso de las salsas frescas para pasta, las marcas blancas registran unas cuotas del 67,9% en volumen y del 55,8% en valor, mientras que en las salsas deshidratadas llegan hasta el 31,6% y el 21,7% respectivamente. ○



COMERCIO EXTERIOR

En nuestro país, las únicas producciones significativas de especias son los casos del pimentón y el azafrán, con algunas partidas más pequeñas de anís, menta, cominos y regaliz. El resto de la materia prima con la que se elaboran las especias debe ser importada. Las partidas más significativas son las de pimienta, canela, nuez moscada, clavo y curry. Anualmente se importan unas 60.000 toneladas de especias, por un valor que supera los 170 millones de euros. Nuestros principales proveedores son Perú, China e Irán. Durante los últimos años se ha registrado un notable incremento de las exportaciones españolas de especias. Casi la mitad de la facturación total del sector (en torno a unos 300 millones de euros durante 2015) se obtiene en



los mercados exteriores. Las 20 compañías que componen la Asociación Española de Elaboradores y Envasadores de Especias y Condimentos obtienen el 12% de su negocio del pimentón y el 7% del azafrán. Estas grandes ofertas se exportan mayoritariamente a la Unión Europea, Estados Unidos y los países árabes.

Por lo que hace referencia a las exportaciones españolas de salsas, sus partidas principales son la mayonesa y el ketchup, que se dirigen de forma casi exclusiva hacia otros países de la Unión Europea. El valor total de estas ventas en el exterior supera los 200 millones de euros anuales, frente a unas importaciones por encima de los 100 millones de euros. La mostaza aparece como la principal salsa importada, aunque también han experimentado un crecimiento notable las importaciones de salsas para ensaladas y para cocinar. ○

CONSUMO Y GASTO EN SALSAS

Durante el año 2015, los hogares españoles consumieron 112 millones de kilos de salsas y gastaron 400,7 millones de euros en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 2,5 kilos de consumo y 9 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la mayonesa (1,2 kilos por persona y año), seguido del ketchup (0,5 kilos per cápita) y de la mostaza (0,1 kilos por persona al año). El resto de salsas supone 0,7 kilos per cápita. En términos de gasto, la mayonesa concentra el 38,9%, con un total de 3,5 euros por persona, el ketchup presenta un porcentaje del 13,3% y un total de 1,2 euros por persona al año, y la mostaza supone el 4,4% del gasto total en salsas, con



0,4 euros per cápita, mientras que el resto de salsas alcanza un importante porcentaje del gasto, un 43,4%, con 3,9 euros por persona al año.

CONSUMO Y GASTO EN SALSAS DE LOS HOGARES, 2015

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL SALSAS	112,0	2,5	400,7	9,0
KETCHUP	22,6	0,5	55,1	1,2
MAYONESA	52,9	1,2	158,1	3,5
MAYONESA LIGHT	13,3	0,3	43,6	1,0
MOSTAZA	3,1	0,1	12,5	0,4
OTRAS SALSAS	33,4	0,7	175,0	3,9

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de salsas durante el año 2015 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de salsas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra trabaja fuera del hogar, el consumo de salsas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con una edad que oscila entre 35 y 49 años, el consumo de salsas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene más de 65 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de salsas, mientras que los índices se van

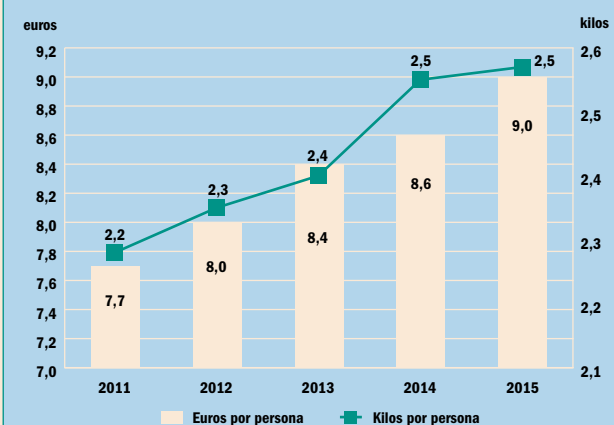
reduciendo a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.

- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 100.001 a 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de salsas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños municipios (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de jóvenes y adultos independientes, parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre los retirados, las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, y las parejas adultas sin hijos.
- Finalmente, por comunidades autónomas, Cantabria, Canarias y Región de Murcia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a La Rioja, Navarra y, sobre todo, Galicia.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

Durante los últimos cinco años, el consumo de salsas ha aumentado 0,3 kilos por persona y el gasto ha experimentado un incremento de 1,3 euros per cápita. En el periodo 2011-2015, el consumo y el gasto más elevados tuvieron lugar en el año 2015 (2,5 kilos y 9 euros por consumidor).

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN SALSAS, 2011-2015

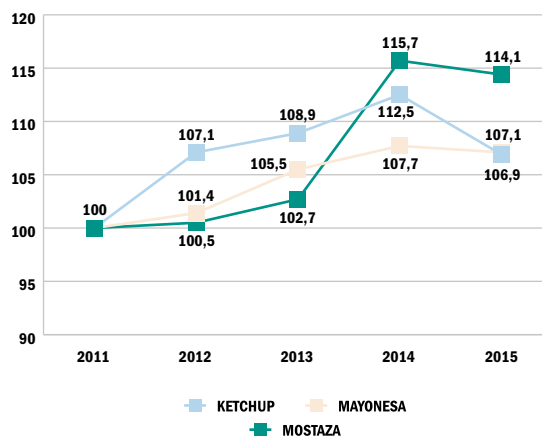


*Actualización metodológica para el año 2014 y datos recalculados para el año 2013



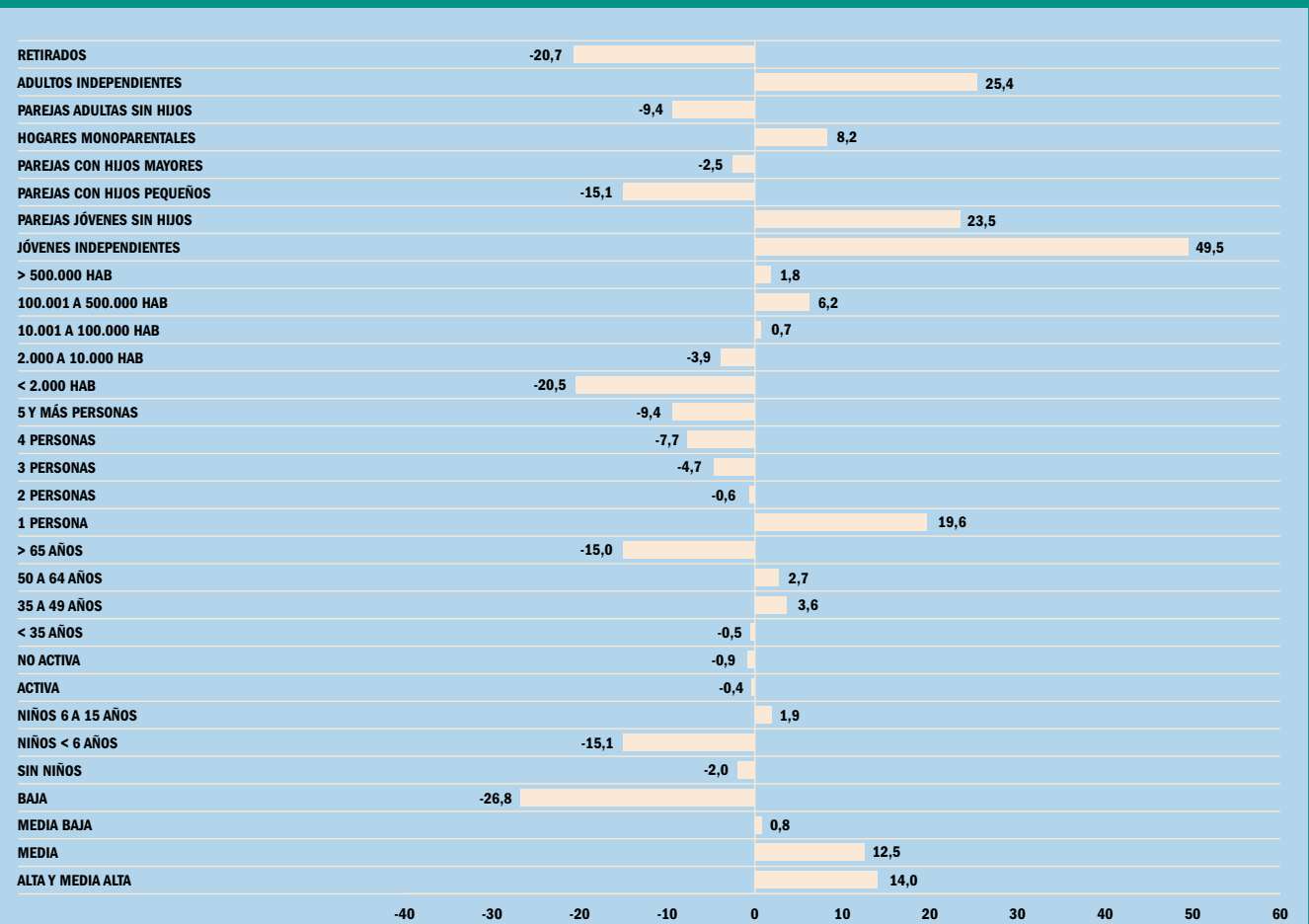
En la familia de salsas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2011-2015 ha sido similar para cada tipo de producto, pues respecto a la demanda de 2011, el consumo de mostaza, mayonesa y ketchup ha aumentado.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO POR TIPOS DE SALSAS (2011=100), 2011-2015



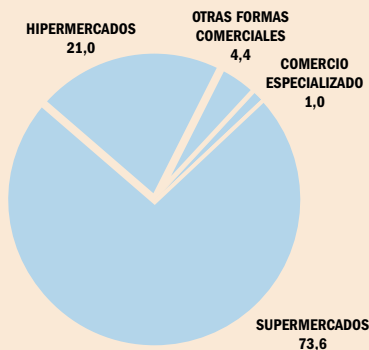
*Actualización metodológica a partir del año 2014 y datos recalculados para el año 2013

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



* Media nacional = 2,5 kilos por persona

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SALSAS POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2015



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2015 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de salsas a los supermercados (73,6% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 21%. Los establecimientos especializados representan un 1% y las otras formas comerciales el 4,4% restante. ○



Sal

La producción española de sal alcanza los 4,3 millones de toneladas y ha experimentado un incremento del 5% en el último ejercicio computado. De esta cantidad, un 69% está compuesto por sal gema, un 28,3% por sal marina y el restante 2,7% por sal de manantial. Cantabria acapara la mayor producción de sal de toda España, con el 38% del total, seguida por Cataluña (19%), Comunidad Valenciana (16%), Aragón (10%), Andalucía (8%) y Navarra y Murcia, con porcentajes respectivos del 4%. El primer productor mundial de sal es China, con más de 62 millones de toneladas. A continuación se sitúan Estados Unidos (40,2 millones de toneladas), India (24,5 millones de toneladas) y Alemania (19 millones de toneladas). Dentro de la Unión Europea, nuestro país se sitúa en el quinto lugar, con una cifra de producción muy similar a la de Polonia. Por encima de España aparecen, aparte de Alemania, Holanda, Francia y Reino Unido.

Las explotaciones de sal activas son 49 y generan algo menos de 640 puestos de trabajo. De ellas, 388 son de producción de sal marina, 146 de sal gema y 101 de sal de manantial. La industria química absorbe casi la mitad de la producción española, mientras que el 22% se exporta, un porcentaje similar se utiliza en fines diversos y sólo un 7% es utilizado por las industrias alimentarias.

El comercio exterior de sal es muy favorable para nuestro país. Se exportan algo más de 1,1 millones de toneladas, por



un valor de 92,5 millones de euros, mientras que las importaciones apenas suponen 47.330 toneladas y 14,4 millones de euros. Un 66,7% de las exportaciones está compuesto por sal para alimentación humana. Los principales mercados de destino de esta partida fueron Alemania (44%), Bélgica (18%), Eslovaquia (13%) y Francia (11%). ●

CONSUMO Y GASTO EN SAL

Durante el año 2015, los hogares españoles consumieron 54,1 millones de kilos de sal y gastaron 23,5 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 1,2 kilos de consumo y 0,5 euros de gasto.



CONSUMO Y GASTO EN SAL DE LOS HOGARES, 2015

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL (Millones kilos)	PER CÁPITA (Kilos)	TOTAL (Millones euros)	PER CÁPITA (Euros)
TOTAL SAL	54,1	1,2	23,5	0,5

DIFERENCIAS EN LA DEMANDA

En términos per cápita, el consumo de sal durante el año 2015 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de sal, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de sal es superior.
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de sal es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de sal, mientras que los índices se van

reduciendo a medida que aumentan el número de miembros que residen en el núcleo familiar.

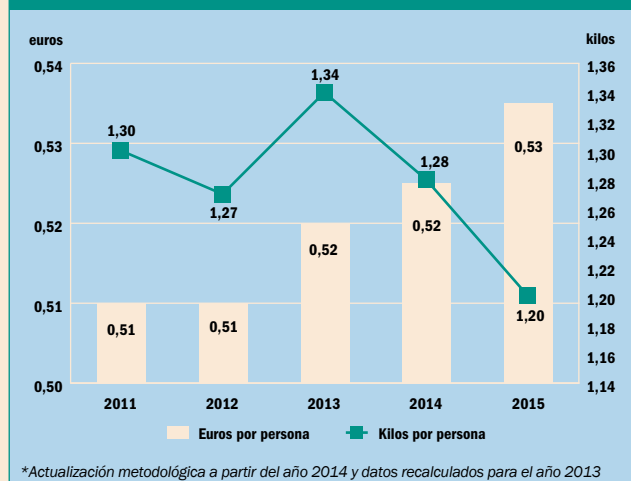
- Los consumidores que residen en núcleos de población con censos de 2.000 a 10.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de sal, mientras que los menores consumos tienen lugar en las grandes ciudades (más de 500.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos independientes, parejas adultas sin hijos y parejas con hijos mayores, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, los jóvenes independientes, las parejas jóvenes sin hijos, y en los hogares monoparentales.
- Finalmente, por comunidades autónomas, La Rioja, Aragón y Región de Murcia cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Asturias, Castilla y León, y Baleares.

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

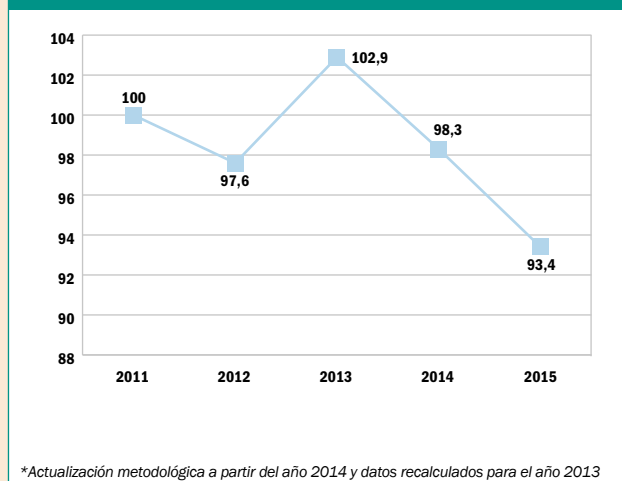
Durante los últimos cinco años, el consumo de sal ha descendido 100 gramos y el gasto ha experimentado un crecimiento de dos céntimos de euro per cápita. En el periodo 2011-2015, el consumo más elevado tuvo lugar en el año 2013 (1,34 kilos por persona), mientras que el mayor gasto se produjo en el ejercicio 2015 (0,53 euros por consumidor).

En cuanto a la evolución del consumo per cápita de sal durante el periodo 2011-2015, y respecto a la demanda de 2011, después de un leve descenso en el año 2012, aumentó en el ejercicio 2013, y volvió a descender en los años 2014 y 2015.

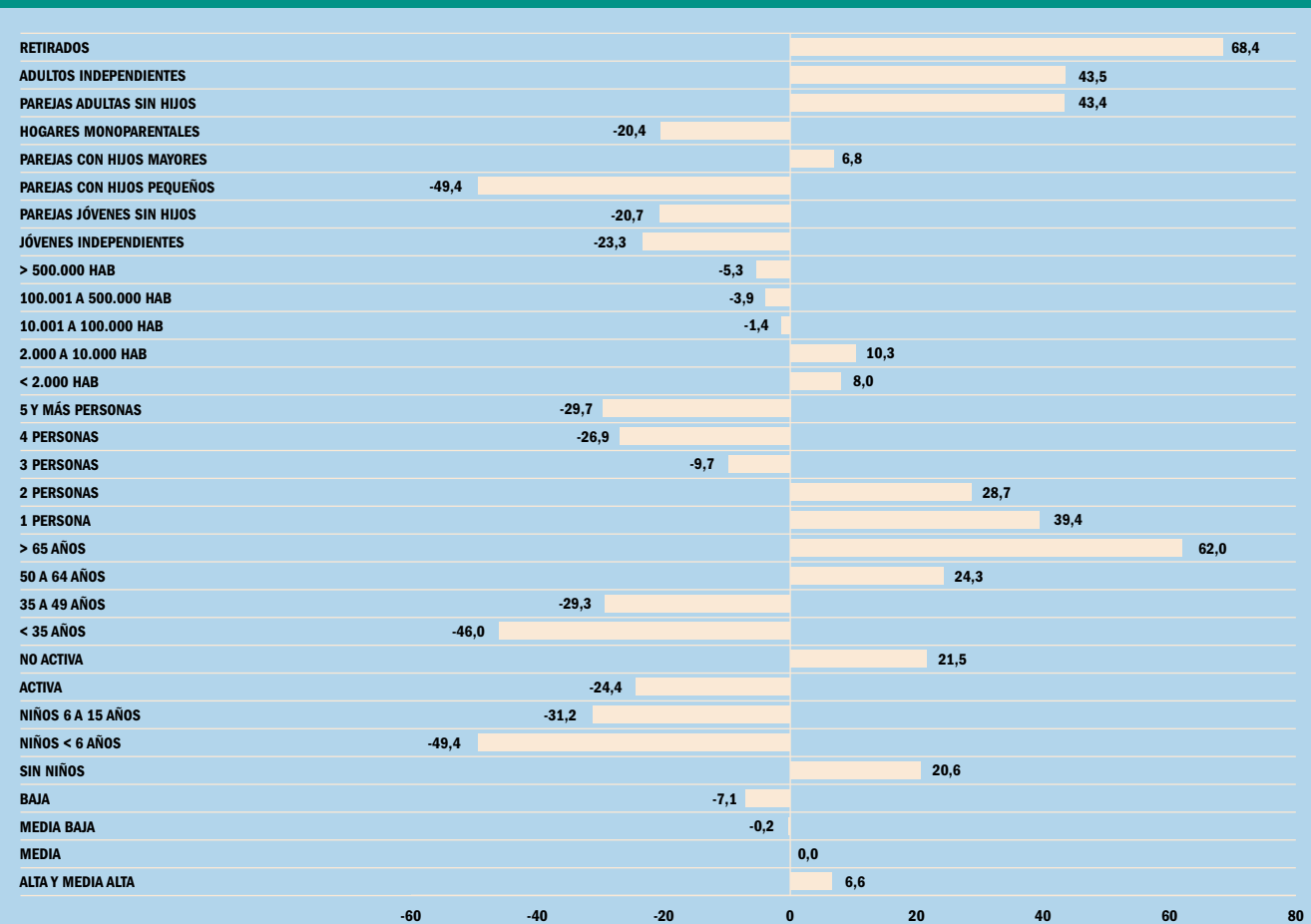
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y DEL GASTO EN SAL, 2011-2015



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE SAL (2011=100), 2011-2015

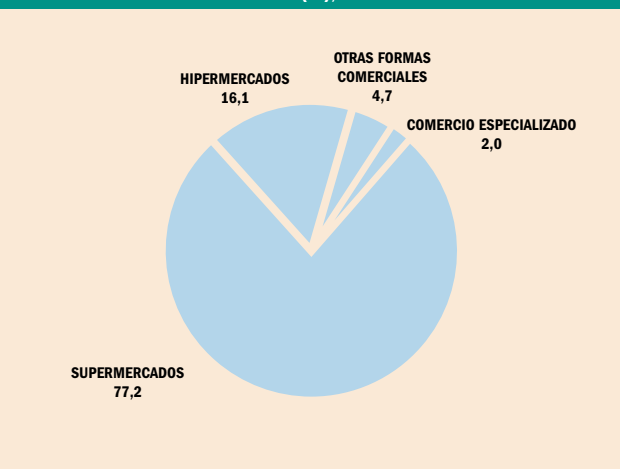


DESVIACIONES EN EL CONSUMO DE SAL EN LOS HOGARES CON RESPECTO A LA MEDIA NACIONAL (%)*



*Media nacional = 1,2 kilos por persona.

CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SAL POR FORMATOS PARA HOGARES (%), 2015



CUOTA DE MERCADO

En cuanto al lugar de compra, en 2015 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sal a los supermercados (77,2% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 16,1% y los establecimientos especializados llegan al 2%. Las otras formas comerciales suponen el 4,7% restante. ○



DENOMINACIONES DE ORIGEN Y DE CALIDAD DIFERENCIADA EN EL SECTOR DE CONDIMENTOS

CANARIAS

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

COCHINILLA DE LANZAROTE

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

AZAFRÁN DE LA MANCHA ◊

EXTREMADURA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PIMENTÓN DE LA VERA ◊

MURCIA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

PIMENTÓN DE MURCIA ◊

Denominación en tramitación
◊ *Inscrita en el Registro de la UE*

Cochinilla de Canarias

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA

ZONA GEOGRÁFICA: La zona geográfica de producción de la Cochinilla, abarca las siete islas del archipiélago Canario. En Tenerife, Gran Canaria, La Gomera, La Palma y El Hierro, la cochinilla se produce en la zona de costa y en la zona de medianías hasta 1.200 msnm. En Fuerteventura y Lanzarote, la zona de producción abarca todo el territorio agrario por debajo de los 600 msnm.

CARACTERÍSTICAS: Es el producto en bruto de origen animal obtenido en Canarias resultante de la desecación natural de las hembras adultas del insecto hemíptero de la familia de los cócidos *Dactylopius coccus* (conocido tradicionalmente como cochinilla), una vez recolectado de las palas de la tunera (*Opuntia ficus indica*). La textura del producto es de apariencia granulosa y seca al tacto. Contenido en ácido carmínico: mayor o igual a 19 % sobre sustancia seca y humedad: menor o igual a 13 %. El color varía dentro de la gama de gris oscuro al negro, con tonalidades rojizas y blanquecinas por los restos de la cera algodonosa que protege al gránulo. Las fases de la producción que deben llevarse a cabo en la zona geográfica son: cultivo de la planta huésped, inoculación, desarrollo y recolección del insecto, secado del producto cribado y acondicionamiento antes del envasado. El envasado se debe efectuar de la forma más inmediata posible al secado y cribado, motivo por el cual el envasado del producto final debe producirse en la zona geográfica de Canarias y concretamente en el lugar de producción, evitando así cualquier alteración de las características fisicoquímicas y organolépticas del producto, al objeto de salvaguardar su calidad.

DATOS BÁSICOS: Al ser muy reciente la aprobación de esta Denominación de Origen Protegida, en el Consejo Regulador no existen datos sobre el número de empresas y producto comercializado.



Azafrán de La Mancha

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción y elaboración amparada abarca 82,7 hectáreas en 332 términos municipales de las provincias de Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo.

CARACTERÍSTICAS: Es una especie constituida por los estigmas florales del *Crocus sativus* L. unidos a su correspondiente

estilo y adecuadamente desecados. Este azafrán se caracteriza por sus hebras flexibles y resistentes, de un color rojo vivo brillante, aroma intenso, seco y penetrante, ligero aroma a mies o hierba fina con reminiscencias florales y un sabor ligeramente amargo, aromático y seco (no astringente).

DATOS BÁSICOS: En los registros de la DOP hay inscritos 320 productores y 5 empresas envasadoras, que producen y comercializan 520 kilos al año de Azafrán de La Mancha con DOP.



Pimentón de La Vera

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: La zona de producción amparada abarca 50 términos municipales del norte de la provincia de Cáceres, con unas 994 hectáreas en la comarca de La Vera, que goza de un microclima privilegiado y suelos con gran proporción de materia orgánica.

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos son del género *Capsicum annuum* y dan lugar a 3 tipos de pimentón: dulce, agri-dulce y picante. En marzo se inicia su cultivo en semilleros en los que permanecen hasta mayo, procediéndose a su

trasplante a terrenos de asiento. El ciclo de cultivo de la planta se prolonga hasta primeros de octubre, mes en el que tiene lugar la recolección y su posterior selección, secado y molienda para la obtención del pimentón.

DATOS BÁSICOS: En el registro del Consejo Regulador hay inscritos 457 agricultores y 12 empresas cuya producción supera los 2,5 millones de kilos anuales, de los que 1,4 millones de kilos se venden con DOP.

Pimentón de Murcia

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



ZONA GEOGRÁFICA: Esta DOP ampara una zona geográfica de producción que se extiende por 14 términos municipales de la provincia de Murcia, en la comarca del Campo de Cartagena, mientras que la zona de elaboración y envasado comprende todos los términos municipales de la Región de Murcia.

CARACTERÍSTICAS: El producto resulta de la molienda de pimientos rojos del género *Capsicum annuum* L, de la variedad Bola, recolectados maduros, sanos, limpios y secos. El producto obtenido es dulce, con un fuerte y penetrante olor característico, de gran poder colorante, graso y sabroso. Su color es de un rojo brillante y presenta gran estabilidad de color y aroma.

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 300 hectáreas de cultivo y 13 empresas que producen más de medio millón de kilos y comercializan una media anual de 250.000 kilos con DOP.