



# **Balanza comercial agroalimentaria en 2022**

## **Políticas sociales y reducción de la desigualdad**

## En preparación

- Las características de la empresa exportadora española

Los análisis, opiniones y conclusiones expuestos en los artículos de esta publicación son los de los autores y no representan opiniones oficiales de la Secretaría de Estado de Comercio, con las que no tienen por qué coincidir necesariamente

### MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA

NÚMERO 3165

#### Director

Bernardo Hernández San Juan

#### Secretario de Redacción

Juan Enrique Gradolph Cadierno

#### Jefa de Redacción

Pilar Buzarra Villalobos

**Consejo de Redacción:** Iria Álvarez Besteiro, Antonio M<sup>a</sup> Ávila Álvarez, Fernando Ballesteros Díaz, Marta Bardón Fernández-Pacheco, Alberto Cerdán Borja, José M<sup>a</sup> Fernández Rodríguez, Rocío Frutos Ibor, Joaquín López Vallés, Rodrigo Madrazo García de Lomana, Isaac Martín Barbero, Isabel Riaño Ibáñez, Paloma Sánchez Muñoz, Francisco Javier Sansa Torres y Marta Valero San Paulo.

**Redacción:** María José Ferreras Álvarez.

**Logo y diseño general:** Manuel A. Junco.

**Edición y Redacción:** Paseo de la Castellana, 162, planta 12. Teléfono: 91 349 31 90. [www.revistasICE.com](http://www.revistasICE.com)

**Distribución y suscripciones:** 91 349 43 35, [CentroPublicaciones@mincotur.es](mailto:CentroPublicaciones@mincotur.es)

El Boletín Económico de ICE se encuentra en las siguientes bases bibliográficas: CARHUS PLUS+, CIRC, DIALNET, DICE, DULCINEA, EBSCO, ISOC, Journal Scholar Metrics, MIAR y REBIUN.

Publicación incluida en el Programa Editorial del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de 2023 y editada por el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, de acuerdo con la reestructuración ministerial establecida por Real Decreto 829/2023, de 20 de noviembre.

Editor: S. G. de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial. Secretaría de Estado de Comercio

Diseño de cubierta: Fernando Fuentes

Composición y maquetación: SAFEKAT, SL

Impresión y encuadernación: Centro de Impresión Digital y Diseño de la Secretaría de Estado de Comercio

Papel:

Exterior: estucado brillo ecológico (150 g)

Interior: offset ecológico FSC/TCF (80 g)

ECPMINCOTUR: 1.ª ed./200/1223

PVP: 7€ + IVA

DL: M 30-1958

NIPO: 112-19-006-3

e-NIPO: 112-19-007-9

ISSN: 0214-8307

e-ISSN: 2340-8804

Catálogo general de publicaciones oficiales: <https://cpage.mpr.gob.es/>

<https://doi.org/10.32796/bice.2023.3165>



## S U M A R I O

		<b>En portada</b>
Subdirección General de Comercio Internacional de Mercancías	<b>3</b>	La balanza comercial agroalimentaria en 2022
		<b>Colaboraciones</b>
Eduardo Bandrés Moliné	<b>19</b>	Políticas sociales y reducción de la desigualdad en el tramo inferior de la distribución de la renta
Andrés García Pereda, José Luis Rodríguez López, Renata Sánchez de Lollano Caballero y Raquel Tárrega López	<b>29</b>	Supermercados, competencia y la reducción del IVA de alimentos básicos
Juan Ramón Izquierdo Álvarez-Buylla	<b>45</b>	Algunos factores relacionados con el comercio actual de los aceites de oliva





*Subdirección General de Comercio Internacional de Mercancías\**

## LA BALANZA COMERCIAL AGROALIMENTARIA EN 2022

En este artículo se analiza la evolución de los principales sectores y mercados agrarios durante el año 2022, así como los factores más importantes que determinan el comportamiento de nuestra balanza agroalimentaria<sup>1</sup>.

Se ha incluido el análisis sectorial de los productos de los veinticuatro primeros capítulos del arancel.

**Palabras clave:** importaciones, exportaciones, comercio exterior, agricultura, España, 2022.

**Clasificación JEL:** Q10, Q17.

### 1. Evolución general

De acuerdo con los datos de comercio exterior (Cuadro 1), la balanza comercial agroalimentaria, que comprende los 24 primeros capítulos del arancel, ha registrado en 2022 un superávit de cerca de 13.500 millones de euros y una ratio de cobertura de 125%. La balanza comercial española ha contado con un saldo positivo en los veintidós últimos años, lo cual muestra la voluntad exportadora de nuestro sector agroalimentario. En 2022, el comercio exterior ha seguido aumentando, si bien el superávit se ha reducido, debido a un mayor aumento del valor de las importaciones que de

las exportaciones. En el Gráfico 1 también se puede observar la evolución positiva en los últimos quince años, con un aumento de la divergencia entre las exportaciones y las importaciones a partir de 2008, que da lugar a un aumento progresivo del saldo, con una casi inapreciable disminución en 2021, y más acusada en 2022.

En 2022, las exportaciones agroalimentarias (Cuadro 2) supusieron 67.276 millones de euros, y 37.667.006 toneladas. En relación con la exportación total de bienes (389.209 millones de euros), las exportaciones agroalimentarias significaron el 17%, algo por debajo de la participación del año 2021 (18%).

Con respecto al año 2021, se ha producido un aumento en valor de un 13% (7.974 millones de euros) y una reducción en volumen del 5,4% (-2.130.562 toneladas).

En volumen, hay nueve capítulos (igual que en los cuatro años anteriores) que superan el millón de toneladas de exportación, y suponen ▷

\* Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.  
Versión de octubre de 2023.  
<https://doi.org/10.32796/bice.2023.3165.7679>

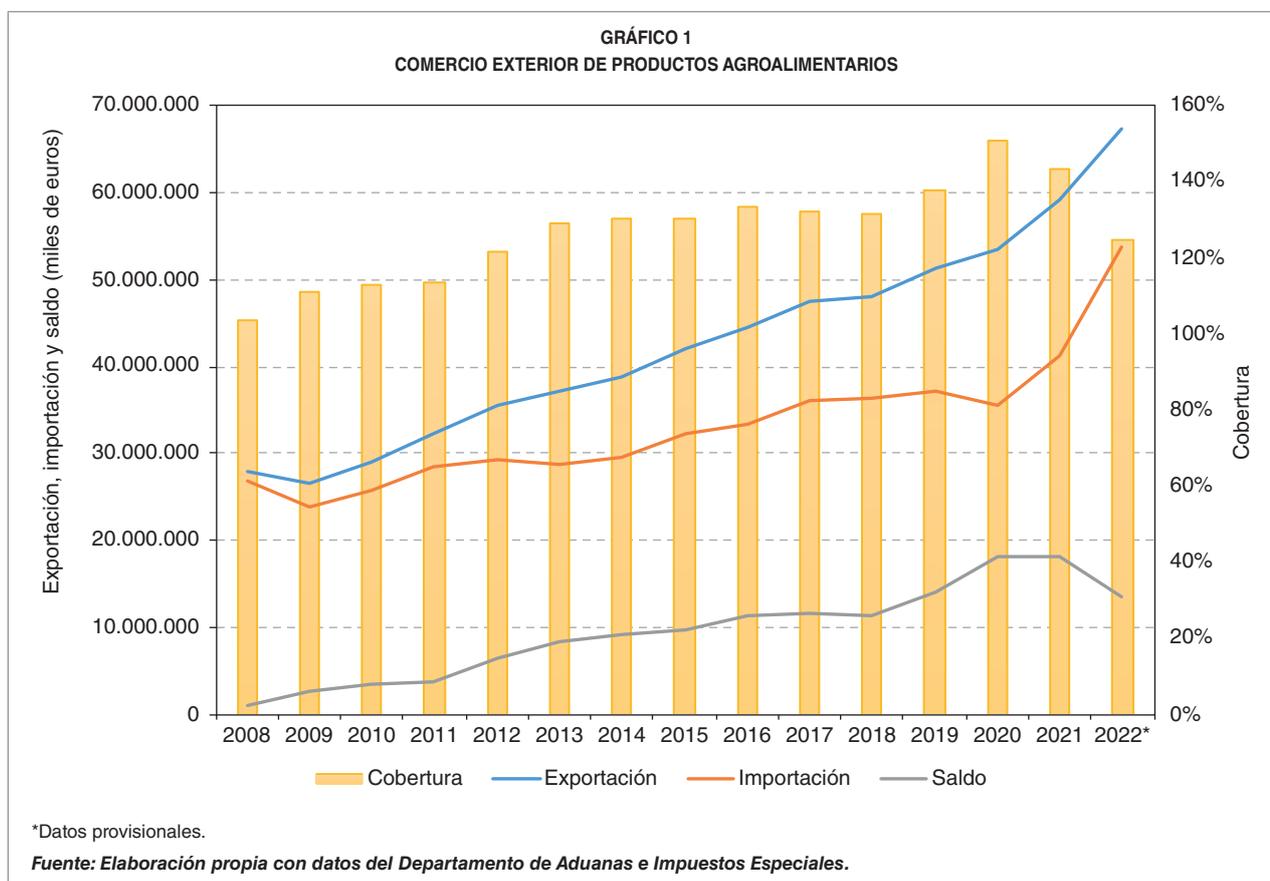
<sup>1</sup> Por limitaciones de espacio no se ha podido incluir el análisis sectorial de todos los productos de los 24 primeros capítulos del arancel, sino únicamente los cuadros relativos a su comercio exterior. La versión completa de la balanza agroalimentaria correspondiente a 2022 se encuentra en: [https://comercio.gob.es/ImportacionExportacion/Informes\\_Estadisticas/Paginas/Historico-Balanza.aspx](https://comercio.gob.es/ImportacionExportacion/Informes_Estadisticas/Paginas/Historico-Balanza.aspx)

**CUADRO 1**  
**EVOLUCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR ESPAÑOL DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS**  
(Miles de euros)

Año	Exportación	Importación	Saldo	Cobertura	% sobre total mercancías	
					Exportación	Importación
2008	27.811.138	26.912.110	899.028	103,3%	14,7	9,5
2009	26.520.841	23.888.612	2.632.230	111,0%	16,6	11,6
2010	29.100.551	25.753.433	3.347.118	113,0%	15,6	10,7
2011	32.168.087	28.357.730	3.810.356	113,4%	14,9	10,8
2012	35.628.140	29.225.268	6.402.872	121,9%	15,8	11,3
2013	37.195.596	28.814.872	8.380.724	129,1%	15,8	11,4
2014	38.687.873	29.636.446	9.051.427	130,5%	16,1	11,2
2015	42.057.749	32.293.044	9.764.705	130,2%	16,8	11,8
2016	44.613.193	33.422.076	11.191.117	133,5%	17,4	12,2
2017	47.528.535	36.003.519	11.525.016	132,0%	17,2	11,9
2018	47.910.440	36.455.841	11.454.599	131,4%	16,8	11,4
2019	51.266.864	37.161.243	14.105.621	138,0%	17,6	11,5
2020	53.575.352	35.512.832	18.062.520	150,9%	20,3	12,8
2021	59.301.537	41.275.378	18.026.158	143,7%	18,8	11,9
2022	67.275.594	53.851.087	13.424.507	124,9%	17,3	11,8

Los datos correspondientes a 2022 son provisionales.

Fuente: *Elaboración propia con datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.*

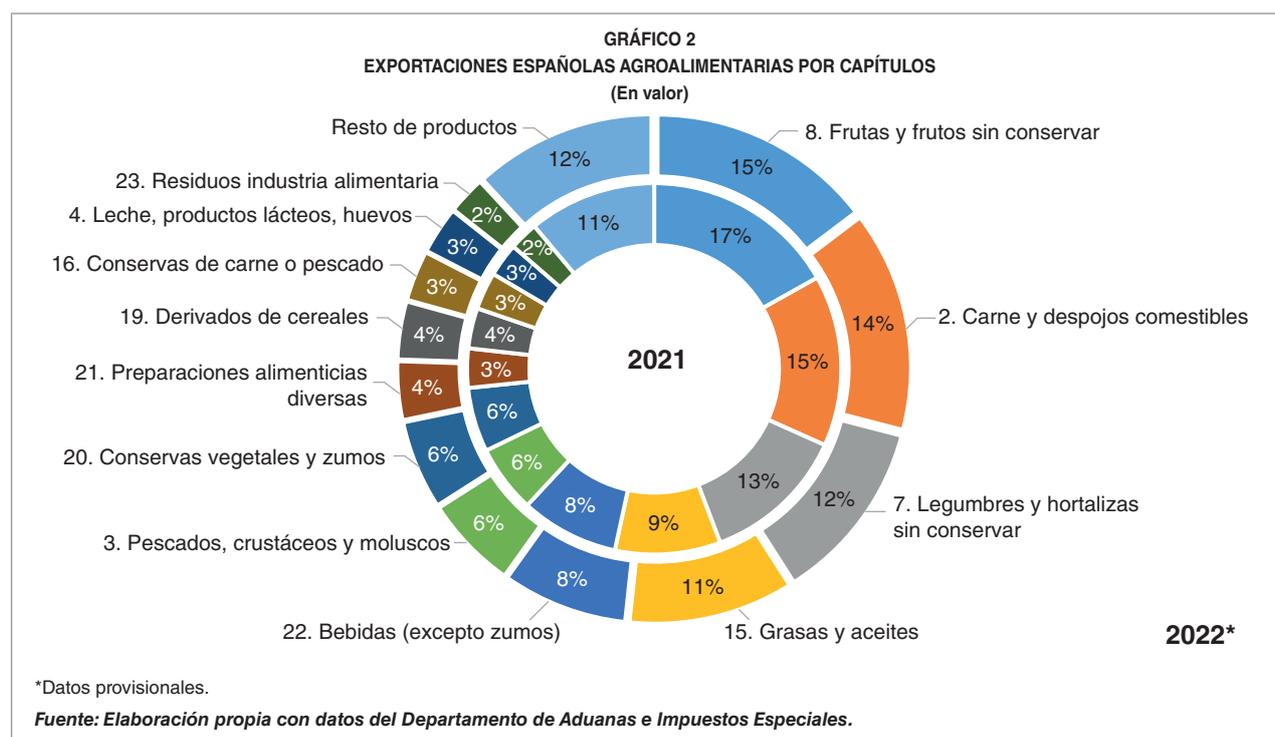


el 83% del total exportado: 8 (frutas y frutos sin conservar), 7 (legumbres y hortalizas sin conservar), 22 (bebidas), 2 (carne y despojos comestibles), 15 (grasas y aceites animales o vegetales), 20 (conservas y zumos vegetales), 12 (semillas oleaginosas y plantas industriales), 23 (residuos de la industria alimentaria) y 19 (productos a base de cereales); este último capítulo ha sustituido al capítulo 10 (cereales), que estaba en noveno lugar en 2021.

En cuanto al valor, trece capítulos, uno más que en los tres años anteriores, han superado los 1.000 millones de euros, suponiendo el 91% del total: son los capítulos 8 (frutas y frutos sin conservar), 2 (carne y despojos comestibles), 7 (legumbres y hortalizas sin conservar), 15 (grasas y aceites animales o vegetales), 22 (bebidas), 3 (pescados, crustáceos y moluscos), 20 (conservas vegetales y zumos), 21 (preparaciones alimenticias diversas), 19 (productos a base de cereales), 16 (conservas de carne o de pescado), 4 (leche y productos

lácteos y huevos), 23 (residuos de la industria alimentaria) y 12 (semillas oleaginosas y plantas industriales).

Respecto del valor, destaca el incremento de las exportaciones en los capítulos 15 (grasas y aceites animales o vegetales con un aumento de 1.788 millones de euros), 2 (carne y despojos comestibles), 3 (pescados, crustáceos y moluscos), 7 (legumbres y hortalizas sin conservar), 20 (conservas y zumos vegetales), 21 (preparaciones alimenticias diversas), 19 (productos a base de cereales), 22 (bebidas), 4 (leche, productos lácteos y huevos), 16 (conservas de carne o de pescado), 13 (jugos y extractos vegetales), 17 (azúcares y productos de confitería sin cacao), 23 (residuos de la industria alimentaria), 10 (cereales), 18 (cacao y sus preparaciones) y 9 (café, té, yerba mate y especias), además del avituallamiento, cada uno con aumentos superiores a 100 millones de euros. El valor de las exportaciones de los demás productos agroalimentarios también ▷



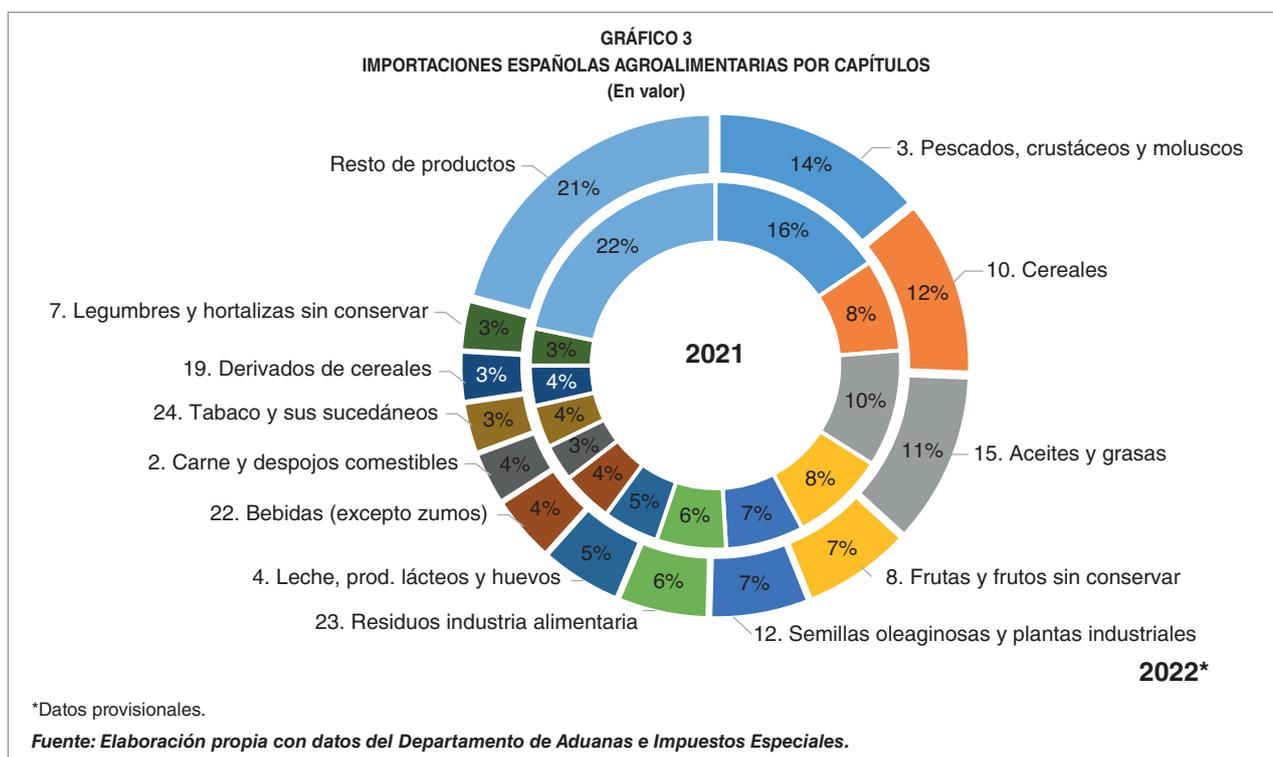
ha aumentado, con la excepción de un solo capítulo, el 8 (frutas y frutos sin conservar). Proporcionalmente, los productos con mayor aumento (superior al 10%) también están incluidos en la mayor parte de los capítulos del arancel, un total de 17. Este importante aumento de muchos productos agroalimentarios se debe, en buena parte, a la recuperación tras dos años de pandemia por coronavirus.

La bajada del volumen de las exportaciones se ha debido principalmente al capítulo 8 (frutas y frutos sin conservar), con una disminución de 701.420 toneladas. Por encima de 100.000 toneladas también han disminuido las exportaciones de legumbres y hortalizas sin conservar, semillas oleaginosas y plantas industriales, carne y despojos comestibles, residuos de la industria alimentaria, bebidas y cereales. Proporcionalmente, destacan en volumen las caídas de los capítulos 14 (materias trenzables), 12 (semillas oleaginosas y plantas

industriales), 11 (productos de la molinería), 10 (cereales) y 23 (residuos de la industria alimentaria), cada uno con una reducción superior al 10%. Las exportaciones han aumentado en catorce capítulos arancelarios, entre los que destaca el capítulo 6 (plantas vivas y flores, con un aumento del 22%), además del avituallamiento (51%).

Las importaciones agroalimentarias (Cuadro 3) supusieron 53.851 millones de euros, y 48.067.665 toneladas. En relación con la importación total española de bienes (342.787 millones de euros), el sector agroalimentario ha supuesto el 11,8% del valor total importado, casi igual que el porcentaje de 2021 (11,9%).

Con respecto al año anterior, y en términos de valor, en 2022 se ha producido un notable incremento del 31% de las importaciones agroalimentarias (12.576 millones de euros), debido fundamentalmente a los capítulos 10 (cereales), 15 (grasas y aceites animales o



vegetales), 3 (pescados, crustáceos y moluscos), 4 (leche, productos lácteos y huevos), 23 (residuos de la industria alimentaria), 12 (semillas oleaginosas y plantas industriales), 2 (carne y despojos comestibles), 9 (café, té, yerba mate y especias), 22 (bebidas), 16 (conservas de carne o de pescado), 8 (frutas y frutos sin conservar), 7 (legumbres y hortalizas sin conservar), 17 (azúcares y productos de confitería sin cacao), 19 (productos derivados de cereales), 20 (conservas vegetales y zumos), 24 (tabaco y sus sucedáneos), 21 (preparaciones alimenticias diversas) y 11 (productos de la molinería), cada uno con un aumento superior a 100 millones de euros; en los dos primeros el aumento ha sido de más de 1.000 millones de euros, y, en particular, el aumento de los cereales ha sido de 2.867 millones. Proporcionalmente, ha aumentado en más del 10% la importación de todos los capítulos excepto dos. Además, el valor de las importaciones en 2022 no ha disminuido para ningún capítulo.

En cuanto al volumen, las importaciones han subido un 13%. Con un incremento superior a 100.000 toneladas se encuentran los capítulos 10 (cereales, con un aumento de cerca de cinco millones de toneladas), 7 (hortalizas y legumbres), 17 (azúcares y productos de confitería sin cacao) y 4 (leche, productos lácteos y huevos). En términos porcentuales, los mayores aumentos han tenido lugar en los capítulos 10 (cereales, con un aumento del 34%), 6 (plantas y flores), 4 (leche, productos lácteos y huevos), 11 (productos de la molinería), 16 (conservas de carne o de pescado), 17 (azúcares y productos de confitería sin cacao) y 19 (productos a base de cereales), con variaciones superiores al 10%. El volumen de las importaciones ha disminuido para materias trenzables, animales vivos, cacao y sus

preparaciones, semillas oleaginosas y productos de la pesca sin conservar.

El esquema de nuestras importaciones es similar al de años anteriores. En volumen hay nueve capítulos que superan el millón de toneladas. Estos son, por orden de importancia: capítulos 10 (cereales), 23 (residuos de la industria alimentaria), 12 (semillas oleaginosas y plantas industriales), 15 (grasas y aceites animales o vegetales), 7 (legumbres y hortalizas sin conservar), 8 (frutas y frutos sin conservar), 17 (azúcares, productos de confitería sin cacao), 22 (bebidas) y 3 (pescados, crustáceos y moluscos). Todos ellos suponen el 87% del total de las importaciones. Como se ha indicado, el principal capítulo es el de cereales, del que se han importado cerca de 19 millones de toneladas (39% del total).

En cuanto al valor, hay dieciocho capítulos que han superado los 1.000 millones de euros, uno más que en 2021. El más relevante es el capítulo 3 (pescados, crustáceos y moluscos), del que se han importado 7.571 millones de euros y representa el 14% del valor total.

Por orden de importancia, se trata de los capítulos 3 (pescados, crustáceos y moluscos), 10 (cereales), 15 (grasas y aceites animales o vegetales), 8 (frutas y frutos sin conservar), 12 (semillas oleaginosas y plantas industriales), 23 (residuos de la industria alimentaria), 4 (leche, productos lácteos y huevos), 22 (bebidas), 2 (carne y despojos comestibles), 24 (tabaco y sus sucedáneos), 19 (productos derivados de cereales), 7 (hortalizas y legumbres), 9 (café, té, yerba mate y especias), 16 (conservas de carne o de pescado), 21 (preparaciones alimenticias diversas), 20 (conservas y zumos vegetales), 17 (azúcares y productos de confitería sin cacao) y 18 (cacao y sus preparaciones). Todos ellos suponen el 96% del total. ▷

**CUADRO 2**  
**EXPORTACIONES ESPAÑOLAS**

Descripción	2020		2021		2022		% variación 21/20		% variación 22/21		% sobre total 2022	
	Miles €	Toneladas	Miles €	Toneladas	Miles €	Toneladas	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
01 Animales vivos .....	761.596	302.150	674.369	253.722	749.459	236.200	-11,1	-16,0	11,1	-6,9	1,1	0,6
02 Carne y despojos comestibles .....	8.447.431	3.344.184	8.838.380	3.529.857	9.708.142	3.316.618	4,6	5,6	9,8	-6,0	14,4	8,8
03 Pescados, crustáceos, moluscos .....	2.702.249	797.773	3.486.799	875.517	4.095.937	884.158	29,0	9,7	17,5	1,0	6,1	2,3
04 Leche, productos lácteos; huevos .....	1.557.472	814.008	1.724.274	845.375	2.079.469	790.804	10,7	3,9	20,6	-6,5	3,1	2,1
05 Otros productos de origen animal .....	332.907	215.877	380.977	226.297	425.090	227.127	14,4	4,8	11,6	0,4	0,6	0,6
06 Plantas vivas; productos floricultura .....	448.800	286.824	571.353	366.444	602.236	447.621	27,3	27,8	5,4	22,2	0,9	1,2
07 Legumbres, hortalizas, s/ conservar .....	6.938.762	6.599.091	7.430.646	6.603.115	8.028.791	6.188.745	7,1	0,1	8,0	-6,3	11,9	16,4
08 Frutas /frutos, s/ conservar .....	9.682.927	7.796.133	9.979.967	7.683.365	9.845.344	6.981.945	3,1	-1,4	-1,3	-9,1	14,6	18,5
09 Café, té, yerba mate y especias .....	601.824	166.811	678.995	188.177	806.368	195.695	12,8	12,8	18,8	4,0	1,2	0,5
10 Cereales .....	491.890	1.180.983	454.098	1.057.499	586.455	938.843	-7,7	-10,5	29,1	-11,2	0,9	2,5
11 Produc. de la molinería; malta .....	292.804	570.368	338.587	626.677	416.012	554.188	15,6	9,9	22,9	-11,6	0,6	1,5
12 Semillas oleaginosas; plantas industriales .....	727.145	1.815.450	967.792	2.599.391	1.032.273	2.198.648	33,1	43,2	6,7	-15,4	1,5	5,8
13 Jugos y extractos vegetales .....	503.126	41.822	610.834	46.319	890.537	49.162	21,4	10,8	45,8	6,1	1,3	0,1
14 Materias trenzables .....	9.559	31.036	13.493	37.683	13.669	29.874	41,2	21,4	1,3	-20,7	0,0	0,1
15 Grasas, aceite animal o vegetal .....	4.207.189	2.664.468	5.406.098	2.832.803	7.194.422	2.845.247	28,5	6,3	33,1	0,4	10,7	7,6
16 Conservas de carne o pescado .....	1.852.760	394.290	1.927.231	403.006	2.214.186	407.130	4,0	2,2	14,9	1,0	3,3	1,1
17 Azúcares; artículos confitería .....	588.120	345.650	724.809	408.427	911.389	418.534	23,2	18,2	25,7	2,5	1,4	1,1
18 Cacao y sus preparaciones .....	623.156	211.273	744.494	229.937	873.545	240.525	19,5	8,8	17,3	4,6	1,3	0,6
19 Productos de cereales, de pastelería .....	1.931.251	938.493	2.081.718	981.939	2.544.360	1.039.190	7,8	4,6	22,2	5,8	3,8	2,8
20 Conservas vegetales y zumos .....	3.129.349	2.770.079	3.325.587	2.828.292	3.903.476	2.828.453	6,3	2,1	17,4	0,0	5,8	7,5
21 Preparaciones alimenticias diversas .....	1.777.001	697.024	2.029.354	768.877	2.575.256	790.721	14,2	10,3	26,9	2,8	3,8	2,1
22 Bebidas de todo tipo (excepto zumos) .....	4.363.719	3.736.447	5.032.938	4.286.967	5.466.839	4.095.442	15,3	14,7	8,6	-4,5	8,1	10,9
23 Residuos industria alimentaria .....	1.239.781	1.960.742	1.482.664	2.008.990	1.664.054	1.808.517	19,6	2,5	12,2	-10,0	2,5	4,8
24 Tabaco y sus sucedáneos .....	211.437	23.978	236.595	24.488	319.926	25.924	11,9	2,1	35,2	5,9	0,5	0,1
99 Avituallamiento .....	153.096	85.241	159.483	84.405	328.359	127.695	4,2	-1,0	105,9	51,3	0,5	0,3
<b>Total .....</b>	<b>53.575.352</b>	<b>37.790.193</b>	<b>59.301.537</b>	<b>39.797.568</b>	<b>67.275.594</b>	<b>37.667.006</b>	<b>10,7</b>	<b>5,3</b>	<b>13,4</b>	<b>-5,4</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Los datos correspondientes a 2022 son provisionales.

Fuente: **Elaboración propia con datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.**

CUADRO 3  
IMPORTACIONES ESPAÑOLAS

Descripción	2020		2021		2022		% variación 21/20		% variación 22/21		% sobre total 2022	
	Miles €	Toneladas	Miles €	Toneladas	Miles €	Toneladas	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
01 Animales vivos .....	572.915	223.973	602.641	230.270	638.244	212.049	5,2	2,8	5,9	-7,9	1,2	0,4
02 Carne y despojos comestibles .....	1.122.613	397.048	1.328.355	464.786	1.847.266	470.954	18,3	17,1	39,1	1,3	3,4	1,0
03 Pescados, crustáceos, moluscos .....	5.352.860	1.350.734	6.425.049	1.434.380	7.570.714	1.405.004	20,0	6,2	17,8	-2,0	14,1	2,9
04 Leche, productos lácteos; huevos .....	1.835.936	821.153	2.015.451	825.141	2.845.029	950.625	9,8	0,5	41,2	15,2	5,3	2,0
05 Otros productos de origen animal .....	235.190	112.070	274.084	147.033	337.988	154.754	16,5	31,2	23,3	5,3	0,6	0,3
06 Plantas vivas; productos floricultura .....	224.523	92.679	301.097	116.502	351.136	142.402	34,1	25,7	16,6	22,2	0,7	0,3
07 Legumbres, hortalizas, s/ conservar .....	1.383.676	2.256.183	1.349.930	2.196.320	1.749.589	2.398.932	-2,4	-2,7	29,6	9,2	3,2	5,0
08 Frutas /frutos, s/ conservar .....	3.299.340	2.126.202	3.415.355	2.329.260	3.832.361	2.374.870	3,5	9,6	12,2	2,0	7,1	4,9
09 Café, té, yerba mate y especias .....	1.173.163	458.483	1.234.177	456.596	1.731.810	487.708	5,2	-0,4	40,3	6,8	3,2	1,0
10 Cereales .....	2.663.075	13.859.775	3.357.067	14.042.099	6.224.194	18.785.435	26,1	1,3	85,4	33,8	11,6	39,1
11 Produc. de la molinería; malta .....	248.652	579.675	278.015	568.360	389.936	647.947	11,8	-2,0	40,3	14,0	0,7	1,3
12 Semillas oleaginosas; plantas industriales .....	2.145.226	4.195.619	2.810.979	4.413.217	3.464.653	4.250.794	31,0	5,2	23,3	-3,7	6,4	8,8
13 Jugos y extractos vegetales .....	220.977	25.222	242.194	27.199	325.423	29.125	9,6	7,8	34,4	7,1	0,6	0,1
14 Materias trenzables .....	33.636	65.321	53.936	105.066	59.605	71.591	60,4	60,8	10,5	-31,9	0,1	0,1
15 Grasas, aceite animal o vegetal .....	3.046.875	3.915.688	4.247.376	3.828.974	6.055.755	3.872.949	39,4	-2,2	42,6	1,1	11,2	8,1
16 Conservas de carne o pescado .....	1.261.908	322.219	1.284.978	324.646	1.729.577	366.774	1,8	0,8	34,6	13,0	3,2	0,8
17 Azúcares; artículos confitería .....	736.231	1.499.507	864.040	1.670.398	1.216.503	1.859.778	17,4	11,4	40,8	11,3	2,3	3,9
18 Cacao y sus preparaciones .....	968.599	347.580	1.107.526	385.428	1.188.327	366.043	14,3	10,9	7,3	-5,0	2,2	0,8
19 Productos de cereales, de pastelería .....	1.352.835	597.303	1.458.067	634.778	1.762.879	699.250	7,8	6,3	20,9	10,2	3,3	1,5
20 Conservas vegetales y zumos .....	1.161.509	854.104	1.219.331	918.453	1.523.569	976.918	5,0	7,5	25,0	6,4	2,8	2,0
21 Preparaciones alimenticias diversas .....	1.333.755	402.943	1.512.638	457.000	1.728.676	462.573	13,4	13,4	14,3	1,2	3,2	1,0
22 Bebidas de todo tipo (excepto zumos) .....	1.560.835	1.279.051	1.850.441	1.354.272	2.326.459	1.426.998	18,6	5,9	25,7	5,4	4,3	3,0
23 Residuos industria alimentaria .....	2.097.846	5.032.224	2.503.368	5.558.861	3.162.740	5.585.019	19,3	10,5	26,3	0,5	5,9	11,6
24 Tabaco y sus sucedáneos .....	1.480.656	62.889	1.539.285	63.824	1.788.655	69.173	4,0	1,5	16,2	8,4	3,3	0,1
99 Avituallamiento .....	0	0	0	0	0	0	-	-	-	-	0,0	0,0
<b>Total .....</b>	<b>35.512.832</b>	<b>40.877.646</b>	<b>41.275.378</b>	<b>42.552.862</b>	<b>53.851.087</b>	<b>48.067.665</b>	<b>16,2</b>	<b>4,1</b>	<b>30,5</b>	<b>13,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Los datos correspondientes a 2022 son provisionales.

Fuente: *Elaboración propia con datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.*

## 2. Distribución geográfica del comercio exterior agroalimentario

### 2.1. Exportaciones por destino

Los principales destinatarios de las exportaciones españolas son los demás países de la Unión Europea (UE). En el Cuadro 4 se puede observar un aumento de nuestras exportaciones a la UE en valor (15%) y una reducción en volumen (-5,4%). Las exportaciones españolas a la UE representan el 67% de las exportaciones totales en volumen (igual que en 2021) y del 64% en valor (un 1% más que en 2021).

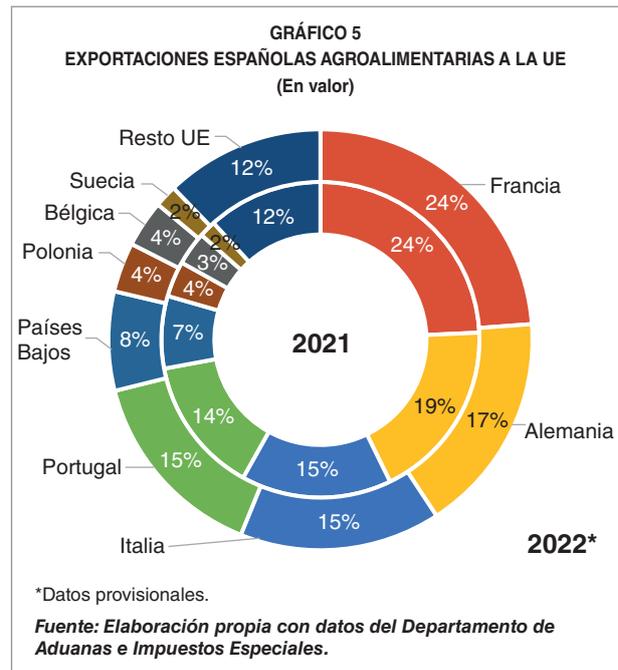
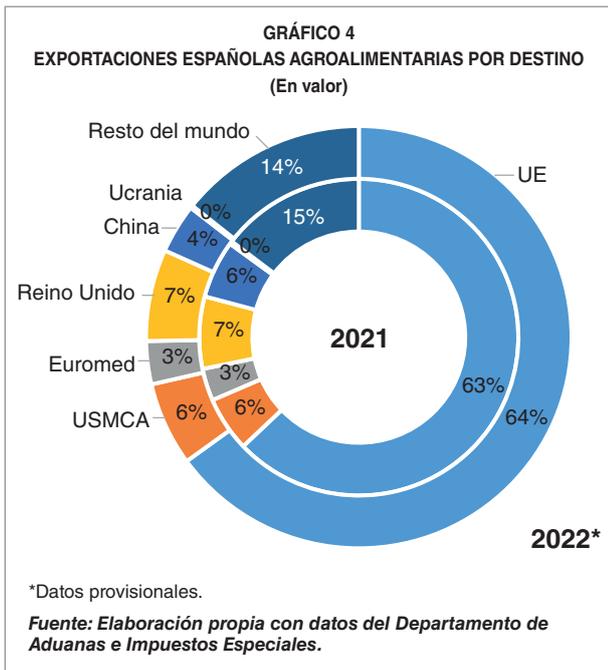
Considerados de manera individual, nuestros principales mercados en la UE son Francia (15% en valor y 18% en volumen), Alemania (11% en valor y 12% en volumen), Italia (10% en valor y 7,3% en volumen) y Portugal (9,5% en valor y 12% en volumen). Estos cuatro países suponen el 48% de la exportación española en volumen y el 45% en valor.

Fuera de la Unión Europea, superan la cuota del 1% del volumen Reino Unido (7,1%), China

(3,2%), Estados Unidos (2,4%), Marruecos (1,9%), Arabia Saudí (1,8%), Emiratos Árabes Unidos (1,7%), Japón (1,1%), Corea del Sur (1,1%) y Filipinas (1%). En valor, superan el 1% del valor de las exportaciones totales Reino Unido (6,9%), Estados Unidos (4,6%), China (3,7%), Japón (2%), Marruecos (1,5%), Corea del Sur (1,4%), Suiza (1,1%) y Filipinas (1%).

Por bloques de países, son mercados relevantes los países que forman parte del Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (USMCA), y los países euromediterráneos. Las exportaciones españolas a USMCA suponen el 3,3% del volumen y el 6,3% del valor total, y han aumentado considerablemente con respecto a 2021 sobre todo en valor, un 27%, y en volumen también han subido un 5,6%. Tres cuartas partes del valor de estas exportaciones tienen como destino Estados Unidos.

Nuestras exportaciones a los países euromediterráneos representan el 3,9% en volumen y el 3,2% en valor, y han aumentado en 2022 un 11% en valor, aunque en volumen han bajado un 9,3%. ▷



## 2.2. Importaciones por origen

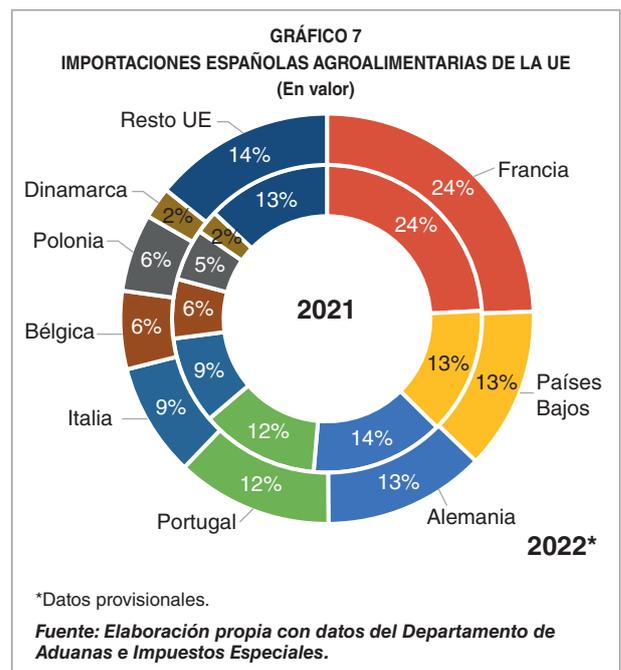
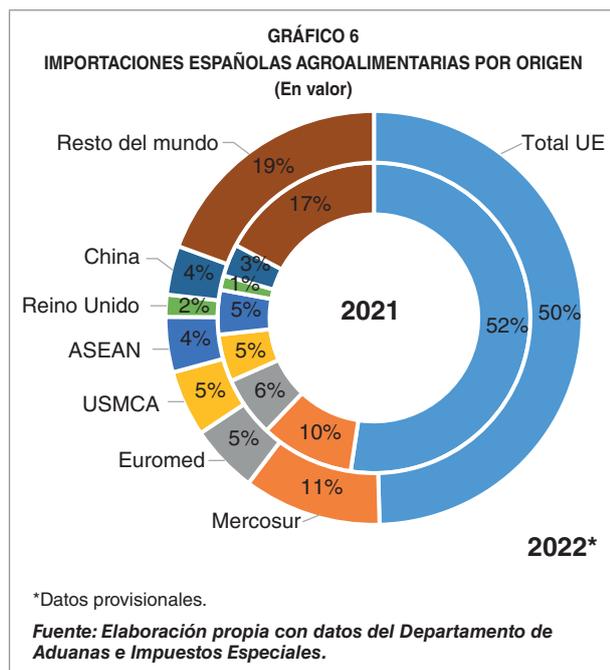
Los principales proveedores de productos agroalimentarios (Cuadro 5) son también los demás países de la UE. En términos porcentuales sobre el total de 2022, representan en volumen el 43% (48% en 2021) y en valor el 50% (52% en 2021). Al comparar con las importaciones de 2021, y en términos porcentuales, aumentan un 1,2% en volumen y un 25% en valor.

Los principales proveedores europeos en términos de volumen son Francia (cerca de 8 millones de toneladas), Portugal (cerca de 2 millones y medio de toneladas), Alemania (con más de 1,5 millones de toneladas), Países Bajos, Rumanía, Bélgica e Italia (estos cuatro con más de 1 millón de toneladas). En términos de valor, los principales proveedores son Francia, Países Bajos, Alemania, Portugal, Italia, Bélgica y Polonia, todos ellos con importaciones superiores a 1.000 millones de euros, que suponen el 38% del valor total importado por España. Fuera de la UE, igualan o superan la cuota del 1% del volumen Brasil (17%), Ucrania (11%),

Argentina (4,8%), Estados Unidos (4,5%), Indonesia (2%), China (1,9%), Reino Unido (1,8%), Marruecos (1,7%) y Canadá (1,6%).

Por lo que respecta al valor, cuatro países de la UE superan el 5%, igual que el año pasado: Francia (9%), Países Bajos (6,3%), Alemania (6,3%) y Portugal (6,1%). Fuera de la UE superan el 1% Brasil (7,3%), Marruecos (3,9%), China (3,8%), Estados Unidos (3,7%), Ucrania (3,5%), Argentina (3,2%), Indonesia (2,1%), Perú (1,8%), Reino Unido (1,7%) y Ecuador (1,6%).

El siguiente grupo de países, por orden de importancia, es el Mercado Común del Sur (Mercosur). Al igual que en 2021, Mercosur mantiene la segunda posición entre los principales proveedores. En términos porcentuales sobre el total de 2022, Mercosur representa el 22% en volumen (19% en 2021) y el 11% en valor (9,6% en 2021). Las variaciones porcentuales respecto al año anterior indican un ascenso en valor y en volumen, sobre todo el primero (46% y 30% respectivamente). Brasil y Argentina continúan siendo los principales ▷



CUADRO 4  
EXPORTACIONES AGROALIMENTARIAS ESPAÑOLAS POR DESTINO

Países	2020		2021		2022		% variación 21/20		% variación 22/21		% sobre total 2022	
	Miles €	Toneladas	Miles €	Toneladas	Miles €	Toneladas	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
Francia .....	8.339.876	6.703.590	9.056.209	6.915.872	10.195.000	6.579.072	8,6	3,2	12,6	-4,9	15,2	17,5
Países Bajos .....	2.465.792	1.931.258	2.764.167	2.030.761	3.261.031	2.041.115	12,1	5,2	18,0	0,5	4,8	5,4
Alemania .....	6.365.423	4.784.334	6.903.594	4.859.687	7.263.797	4.517.435	8,5	1,6	5,2	-7,0	10,8	12,0
Italia .....	4.879.178	2.944.821	5.704.759	3.007.586	6.572.644	2.749.210	16,9	2,1	15,2	-8,6	9,8	7,3
Irlanda .....	254.295	196.803	314.436	200.811	376.193	230.629	23,7	2,0	19,6	14,8	0,6	0,6
Dinamarca .....	511.168	339.131	569.142	360.885	628.907	312.780	11,3	6,4	10,5	-13,3	0,9	0,8
Grecia .....	381.092	188.504	499.522	262.033	578.743	226.708	31,1	39,0	15,9	-13,5	0,9	0,6
Portugal .....	4.615.594	4.114.437	5.220.121	4.482.879	6.409.094	4.400.231	13,1	9,0	22,8	-1,8	9,5	11,7
Bélgica .....	1.161.141	846.205	1.277.288	878.025	1.537.666	919.840	10,0	3,8	20,4	4,8	2,3	2,4
Luxemburgo .....	24.387	11.113	35.426	16.639	37.284	19.461	45,3	49,7	5,2	17,0	0,1	0,1
Suecia .....	591.238	432.012	641.181	457.137	733.661	436.380	8,4	5,8	14,4	-4,5	1,1	1,2
Finlandia .....	280.686	256.882	230.051	173.842	256.999	170.742	-18,0	-32,3	11,7	-1,8	0,4	0,5
Austria .....	391.830	253.520	390.341	238.186	448.106	229.542	-0,4	-6,0	14,8	-3,6	0,7	0,6
Malta .....	48.092	46.139	53.878	47.738	69.444	49.338	12,0	3,5	28,9	3,4	0,1	0,1
Estonia .....	61.184	43.905	59.877	42.655	71.855	39.795	-2,1	-2,8	20,0	-6,7	0,1	0,1
Letonia .....	160.348	91.206	151.222	76.002	133.768	62.419	-5,7	-16,7	-11,5	-17,9	0,2	0,2
Lituania .....	131.151	79.534	137.315	83.852	148.382	75.240	4,7	5,4	8,1	-10,3	0,2	0,2
Polonia .....	1.225.342	909.475	1.359.854	988.831	1.629.890	947.591	11,0	8,7	19,9	-4,2	2,4	2,5
República Checa .....	504.960	356.680	570.688	395.150	718.598	385.027	13,0	10,8	25,9	-2,6	1,1	1,0
Eslovaquia .....	189.291	128.545	197.605	140.309	232.294	127.675	4,4	9,2	17,6	-9,0	0,3	0,3
Hungría .....	242.859	145.057	280.433	165.994	365.996	168.899	15,5	14,4	30,5	1,7	0,5	0,4
Rumanía .....	363.412	232.879	395.574	238.352	546.838	246.702	8,8	2,4	38,2	3,5	0,8	0,7
Bulgaria .....	150.551	79.856	170.463	88.531	217.244	91.916	13,2	10,9	27,4	3,8	0,3	0,2
Eslovenia .....	76.881	39.440	87.630	42.623	103.689	38.080	14,0	8,1	18,3	-10,7	0,2	0,1
Croacia .....	117.141	64.874	167.675	84.781	207.857	89.081	43,1	30,7	24,0	5,1	0,3	0,2
Chipre .....	59.225	55.139	63.623	61.057	71.251	36.107	7,4	10,7	12,0	-40,9	0,1	0,1
<b>Total UE .....</b>	<b>33.592.136</b>	<b>25.275.339</b>	<b>37.302.070</b>	<b>26.340.217</b>	<b>42.816.231</b>	<b>25.191.016</b>	<b>11,0</b>	<b>4,2</b>	<b>14,8</b>	<b>-4,4</b>	<b>63,6</b>	<b>66,9</b>
EE. UU. ....	2.055.438	751.124	2.460.188	844.623	3.119.607	886.427	19,7	12,4	26,8	4,9	4,6	2,4
Canadá .....	405.978	194.222	431.210	196.173	490.508	193.962	6,2	1,0	13,8	-1,1	0,7	0,5
México .....	326.276	115.115	424.638	151.380	609.950	178.126	30,1	31,5	43,6	17,7	0,9	0,5
<b>Total USMCA (2) .....</b>	<b>2.787.692</b>	<b>1.060.462</b>	<b>3.316.036</b>	<b>1.192.176</b>	<b>4.220.065</b>	<b>1.258.515</b>	<b>19,0</b>	<b>12,4</b>	<b>27,3</b>	<b>5,6</b>	<b>6,3</b>	<b>3,3</b>
Brasil .....	210.459	126.982	228.044	145.986	279.231	131.186	8,4	15,0	22,4	-10,1	0,4	0,3
Paraguay .....	7.774	2.523	10.400	3.202	10.671	2.767	33,8	26,9	2,6	-13,6	0,0	0,0
Uruguay .....	22.091	14.030	25.449	14.871	36.272	22.301	15,2	6,0	42,5	50,0	0,1	0,1
Argentina .....	34.890	10.117	34.693	9.693	41.318	10.336	-0,6	-4,2	19,1	6,6	0,1	0,0
<b>Total Mercosur (3) .....</b>	<b>275.214</b>	<b>153.652</b>	<b>298.586</b>	<b>173.752</b>	<b>367.492</b>	<b>166.590</b>	<b>8,5</b>	<b>13,1</b>	<b>23,1</b>	<b>-4,1</b>	<b>0,5</b>	<b>0,4</b>

CUADRO 4  
EXPORTACIONES AGROALIMENTARIAS ESPAÑOLAS POR DESTINO (continuación)

Países	2020		2021		2022		% variación 21/20		% variación 22/21		% sobre total 2022	
	Miles €	Toneladas	Miles €	Toneladas	Miles €	Toneladas	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
Myanmar .....	7.898	2.359	9.318	2.445	7.512	1.603	18,0	3,7	-19,4	-34,5	0,0	0,0
Tailandia .....	68.410	74.450	77.897	73.503	126.191	97.354	13,9	-1,3	62,0	32,4	0,2	0,3
Laos .....	983	604	529	460	283	129	-46,2	-23,8	-46,4	-72,0	0,0	0,0
Vietnam .....	64.167	44.931	68.425	42.568	87.149	50.417	6,6	-5,3	27,4	18,4	0,1	0,1
Camboya .....	7.512	1.837	7.036	2.386	9.437	2.880	-6,3	29,9	34,1	20,7	0,0	0,0
Indonesia .....	41.192	17.319	48.500	17.028	55.460	22.539	17,7	-1,7	14,4	32,4	0,1	0,1
Malasia .....	48.472	20.436	56.117	20.618	109.511	37.169	15,8	0,9	95,1	80,3	0,2	0,1
Brunéi .....	161	41	436	117	517	108	170,6	182,7	18,6	-7,5	0,0	0,0
Singapur .....	92.972	27.644	95.330	31.296	111.078	32.618	2,5	13,2	16,5	4,2	0,2	0,1
Filipinas .....	228.020	142.237	452.666	268.872	696.572	361.343	98,5	89,0	53,9	34,4	1,0	1,0
<b>Total ASEAN (4)</b> .....	<b>559.787</b>	<b>331.860</b>	<b>816.253</b>	<b>459.294</b>	<b>1.203.711</b>	<b>606.161</b>	<b>45,8</b>	<b>38,4</b>	<b>47,5</b>	<b>32,0</b>	<b>1,8</b>	<b>1,6</b>
Turquía .....	119.731	75.711	143.308	92.574	206.141	97.732	19,7	22,3	43,8	5,6	0,3	0,3
Marruecos .....	592.790	628.032	857.774	731.409	1.040.847	719.938	44,7	16,5	21,3	-1,6	1,5	1,9
Argelia .....	306.850	242.756	417.636	382.590	163.709	98.804	36,1	57,6	-60,8	-74,2	0,2	0,3
Túnez .....	128.919	323.612	46.394	65.613	124.801	203.087	-64,0	-79,7	169,0	209,5	0,2	0,5
Egipto .....	112.841	74.557	121.436	69.117	168.233	75.372	7,6	-7,3	38,5	9,1	0,3	0,2
Líbano .....	81.319	58.341	66.942	46.433	86.261	55.611	-17,7	-20,4	28,9	19,8	0,1	0,1
Siría .....	6.644	7.739	4.358	3.201	4.504	2.417	-34,4	-58,6	3,3	-24,5	0,0	0,0
Israel .....	150.624	89.274	204.628	111.982	233.414	105.156	35,9	25,4	14,1	-6,1	0,3	0,3
Cisjordania y Franja de Gaza .....	538	277	879	555	1.657	678	63,3	100,9	88,5	22,1	0,0	0,0
Jordania .....	86.598	113.876	87.574	124.617	143.160	118.527	1,1	9,4	63,5	-4,9	0,2	0,3
<b>Total Euromed (5)</b> .....	<b>1.586.853</b>	<b>1.614.173</b>	<b>1.950.931</b>	<b>1.628.091</b>	<b>2.172.726</b>	<b>1.477.323</b>	<b>22,9</b>	<b>0,9</b>	<b>11,4</b>	<b>-9,3</b>	<b>3,2</b>	<b>3,9</b>
Reino Unido (1) .....	4.252.836	3.011.085	4.369.150	2.855.983	4.630.351	2.670.873	2,7	-5,2	6,0	-6,5	6,9	7,1
China .....	3.733.615	1.806.608	3.495.795	1.894.322	2.480.898	1.220.504	-6,4	4,9	-29,0	-35,6	3,7	3,2
Ucrania .....	136.054	69.421	172.178	83.704	130.372	53.994	26,6	20,6	-24,3	-35,5	0,2	0,1
Japón .....	934.711	306.543	1.043.589	357.712	1.354.347	422.253	11,6	16,7	29,8	18,0	2,0	1,1
Perú .....	59.587	20.860	69.793	24.221	77.562	26.420	17,1	16,1	11,1	9,1	0,1	0,1
Resto del mundo .....	5.656.868	4.140.190	6.467.156	4.788.095	7.821.839	4.573.357	14,3	15,6	20,9	-4,5	11,6	12,1
<b>Total mundo</b> .....	<b>53.575.352</b>	<b>37.790.193</b>	<b>59.301.537</b>	<b>39.797.568</b>	<b>67.275.594</b>	<b>37.667.006</b>	<b>10,7</b>	<b>5,3</b>	<b>13,4</b>	<b>-5,4</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Los datos correspondientes a 2022 son provisionales.

(1) Desde 2020, el Reino Unido es tercer país. Se considera 2020 completo, aunque la separación de la UE ocurrió el 31-1-2020.

(2) USMCA: Tratado entre México, EE. UU. y Canadá.

(3) Mercosur: Mercado Común del Sur.

(4) ASEAN: Asociación de Naciones del Sudeste Asiático.

(5) Euromed: Países participantes en el Proceso de Barcelona de 1995.

Fuente: **Elaboración propia con datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.**

CUADRO 5  
IMPORTACIONES AGROALIMENTARIAS ESPAÑOLAS POR ORIGEN

Países	2020		2021		2022		% variación 21/20		% variación 22/21		% sobre total 2022	
	Miles €	Toneladas	Miles €	Toneladas	Miles €	Toneladas	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
Francia .....	4.635.939	7.101.293	5.155.049	6.927.768	6.524.844	7.791.690	11,2	-2,4	26,6	12,5	12,1	16,2
Países Bajos .....	2.393.274	1.216.842	2.834.671	1.560.258	3.409.975	1.407.237	18,4	28,2	20,3	-9,8	6,3	2,9
Alemania .....	2.838.164	1.502.514	2.971.250	1.757.565	3.383.087	1.539.781	4,7	17,0	13,9	-12,4	6,3	3,2
Italia .....	1.588.529	772.411	1.963.378	1.006.101	2.379.706	1.042.261	23,6	30,3	21,2	3,6	4,4	2,2
Irlanda .....	253.868	76.629	318.366	87.828	417.284	108.891	25,4	14,6	31,1	24,0	0,8	0,2
Dinamarca .....	511.897	360.535	522.988	263.148	663.010	422.611	2,2	-27,0	26,8	60,6	1,2	0,9
Grecia .....	256.819	135.624	327.128	147.968	448.756	196.353	27,4	9,1	37,2	32,7	0,8	0,4
Portugal .....	2.146.621	2.004.761	2.632.807	2.266.167	3.263.807	2.470.776	22,6	13,0	24,0	9,0	6,1	5,1
Bélgica .....	1.034.010	859.319	1.330.404	1.056.572	1.645.760	1.147.847	28,7	23,0	23,7	8,6	3,1	2,4
Luxemburgo .....	42.515	63.493	80.949	91.079	105.271	96.139	90,4	43,4	30,0	5,6	0,2	0,2
Suecia .....	362.181	389.994	390.194	278.911	579.854	329.892	7,7	-28,5	48,6	18,3	1,1	0,7
Finlandia .....	28.030	63.859	26.237	37.427	27.773	23.428	-6,4	-41,4	5,9	-37,4	0,1	0,0
Austria .....	161.726	92.163	188.709	109.358	226.572	123.724	16,7	18,7	20,1	13,1	0,4	0,3
Malta .....	5.684	1.591	4.340	1.416	3.528	1.674	-23,6	-11,0	-18,7	18,2	0,0	0,0
Estonia .....	18.251	56.994	11.715	7.466	42.818	88.559	-35,8	-86,9	265,5	1.086,1	0,1	0,2
Letonia .....	31.953	121.095	78.684	246.117	225.589	575.234	146,2	103,2	186,7	133,7	0,4	1,2
Lituania .....	152.169	616.936	162.522	522.080	185.074	424.148	6,8	-15,4	13,9	-18,8	0,3	0,9
Polonia .....	957.678	814.595	1.161.099	895.815	1.636.315	612.870	21,2	10,0	40,9	-31,6	3,0	1,3
República Checa .....	98.945	33.870	99.438	33.868	133.911	40.349	0,5	0,0	34,7	19,1	0,2	0,1
Eslovaquia .....	14.868	10.448	10.576	7.285	15.503	7.969	-28,9	-30,3	46,6	9,4	0,0	0,0
Hungría .....	95.145	48.587	97.313	39.511	122.253	44.905	2,3	-18,7	25,6	13,7	0,2	0,1
Rumanía .....	321.647	1.120.519	531.588	1.857.622	624.213	1.374.772	65,3	65,8	17,4	-26,0	1,2	2,9
Bulgaria .....	234.645	887.695	373.669	1.119.789	552.291	691.031	59,2	26,1	47,8	-38,3	1,0	1,4
Eslovenia .....	11.001	2.556	11.964	2.651	18.408	4.001	8,8	3,7	53,9	50,9	0,0	0,0
Croacia .....	29.677	17.062	32.452	16.221	49.378	15.808	9,4	-4,9	52,2	-2,5	0,1	0,0
Chipre .....	9.350	10.689	12.900	6.050	10.259	6.027	38,0	-43,4	-20,5	-0,4	0,0	0,0
<b>Total UE .....</b>	<b>18.234.586</b>	<b>18.382.072</b>	<b>21.330.391</b>	<b>20.346.041</b>	<b>26.695.240</b>	<b>20.587.977</b>	<b>17,0</b>	<b>10,7</b>	<b>25,2</b>	<b>1,2</b>	<b>49,6</b>	<b>42,8</b>
EE. UU. ....	1.435.831	1.546.643	1.420.994	1.547.251	1.998.970	2.155.429	-1,0	0,0	40,7	39,3	3,7	4,5
Canadá .....	185.821	407.292	280.593	632.189	449.715	765.439	51,0	55,2	60,3	21,1	0,8	1,6
México .....	252.610	133.186	304.774	152.653	322.950	117.627	20,7	14,6	6,0	-22,9	0,6	0,2
<b>Total USMCA (2) .....</b>	<b>1.874.262</b>	<b>2.087.121</b>	<b>2.006.362</b>	<b>2.332.093</b>	<b>2.771.635</b>	<b>3.038.496</b>	<b>7,0</b>	<b>11,7</b>	<b>38,1</b>	<b>30,3</b>	<b>5,1</b>	<b>6,3</b>
Brasil .....	1.768.069	5.891.891	2.351.759	5.630.280	3.944.457	8.139.153	33,0	-4,4	67,7	44,6	7,3	16,9
Paraguay .....	48.391	95.454	26.502	39.594	15.005	11.008	-45,2	-58,5	-43,4	-72,2	0,0	0,0
Uruguay .....	39.507	27.393	71.002	51.823	75.714	52.180	79,7	89,2	6,6	0,7	0,1	0,1
Argentina .....	1.001.065	1.859.302	1.490.385	2.390.392	1.728.204	2.318.903	48,9	28,6	16,0	-3,0	3,2	4,8
<b>Total Mercosur (3) .....</b>	<b>2.857.032</b>	<b>7.874.040</b>	<b>3.939.649</b>	<b>8.112.089</b>	<b>5.763.380</b>	<b>10.521.244</b>	<b>37,9</b>	<b>3,0</b>	<b>46,3</b>	<b>29,7</b>	<b>10,7</b>	<b>21,9</b>

CUADRO 5  
IMPORTACIONES AGROALIMENTARIAS ESPAÑOLAS POR ORIGEN (continuación)

Países	2020		2021		2022		% variación 21/20		% variación 22/21		% sobre total 2022	
	Miles €	Toneladas	Miles €	Toneladas	Miles €	Toneladas	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen
Myanmar .....	14.169	35.420	20.820	44.282	60.429	125.127	46,9	25,0	190,2	182,6	0,1	0,3
Tailandia .....	50.313	36.239	60.215	33.959	92.639	48.252	19,7	-6,3	53,8	42,1	0,2	0,1
Laos .....	931	189	445	203	983	229	-52,2	7,6	121,1	12,5	0,0	0,0
Vietnam .....	315.297	178.071	299.603	149.937	494.657	182.751	-5,0	-15,8	65,1	21,9	0,9	0,4
Camboya .....	9.213	14.096	8.861	11.536	12.147	13.201	-3,8	-18,2	37,1	14,4	0,0	0,0
Indonesia .....	967.363	1.491.461	1.230.878	1.351.720	1.141.783	985.304	27,2	-9,4	-7,2	-27,1	2,1	2,0
Malasia .....	171.098	273.446	124.337	134.771	323.553	281.560	-27,3	-50,7	160,2	108,9	0,6	0,6
Brunéi .....	66	21	-	-	-	-	-	-	0,0	0,0	0,0	0,0
Singapur .....	9.162	7.482	8.006	5.428	6.264	2.718	-12,6	-27,5	-21,8	-49,9	0,0	0,0
Filipinas .....	101.231	61.267	138.468	67.224	197.360	72.369	36,8	9,7	42,5	7,7	0,4	0,2
<b>Total ASEAN (4)</b> .....	<b>1.638.844</b>	<b>2.097.693</b>	<b>1.891.632</b>	<b>1.799.061</b>	<b>2.329.815</b>	<b>1.711.510</b>	<b>15,4</b>	<b>-14,2</b>	<b>23,2</b>	<b>-4,9</b>	<b>4,3</b>	<b>3,6</b>
Turquía .....	196.386	72.475	212.650	80.616	268.607	113.188	8,3	11,2	26,3	40,4	0,5	0,2
Marruecos .....	1.572.731	766.406	1.906.668	772.377	2.104.287	812.549	21,2	0,8	10,4	5,2	3,9	1,7
Argelia .....	34.726	32.530	54.702	48.644	43.770	17.366	57,5	49,5	-20,0	-64,3	0,1	0,0
Túnez .....	316.761	179.294	221.749	96.957	285.403	91.629	-30,0	-45,9	28,7	-5,5	0,5	0,2
Egipto .....	68.944	79.994	91.417	168.274	84.480	107.101	32,6	110,4	-7,6	-36,4	0,2	0,2
Líbano .....	1.544	698	1.175	447	8.467	896	-23,9	-36,0	620,4	100,5	0,0	0,0
Siría .....	7.317	4.049	11.114	5.072	10.796	4.532	51,9	25,3	-2,9	-10,6	0,0	0,0
Israel .....	43.563	21.218	53.347	31.853	63.977	43.716	22,5	50,1	19,9	37,2	0,1	0,1
Cisjordania y Franja de Gaza .....	129	24	9	1	-	-	-93,0	-95,8	-100,0	-100,0	0,0	0,0
Jordania .....	2.027	335	2.656	529	2.523	470	31,1	58,2	-5,0	-11,2	0,0	0,0
<b>Total Euromed (5)</b> .....	<b>2.244.129</b>	<b>1.157.022</b>	<b>2.555.486</b>	<b>1.204.771</b>	<b>2.872.311</b>	<b>1.191.446</b>	<b>13,9</b>	<b>4,1</b>	<b>12,4</b>	<b>-1,1</b>	<b>5,3</b>	<b>2,5</b>
Reino Unido (1) .....	895.925	563.364	611.894	403.739	928.919	856.654	-31,7	-28,3	51,8	112,2	1,7	1,8
China .....	1.092.600	617.453	1.362.739	800.809	2.061.152	925.566	24,7	29,7	51,3	15,6	3,8	1,9
Ucrania .....	945.648	3.985.209	1.026.624	3.098.241	1.889.994	5.151.446	8,6	-22,3	84,1	66,3	3,5	10,7
Japón .....	14.822	4.492	21.189	5.555	32.558	5.995	43,0	23,7	53,7	7,9	0,1	0,0
Perú .....	670.064	337.719	727.072	372.384	959.135	396.233	8,5	10,3	31,9	6,4	1,8	0,8
Resto del mundo .....	5.044.920	3.771.461	5.802.341	4.078.078	7.546.949	3.681.099	15,0	8,1	30,1	-9,7	14,0	7,7
<b>Total mundo</b> .....	<b>35.512.832</b>	<b>40.877.646</b>	<b>41.275.378</b>	<b>42.552.862</b>	<b>53.851.087</b>	<b>48.067.665</b>	<b>16,2</b>	<b>4,1</b>	<b>30,5</b>	<b>13,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Los datos correspondientes a 2022 son provisionales.

(1) Desde 2020, el Reino Unido es tercer país. Se considera 2020 completo, aunque la separación de la UE ocurrió el 31-1-2020.

(2) USMCA: Tratado entre México, EE. UU. y Canadá.

(3) Mercosur: Mercado Común del Sur.

(4) ASEAN: Asociación de Naciones del Sudeste Asiático.

(5) Euromed: Países participantes en el Proceso de Barcelona de 1995.

Fuente: *Elaboración propia con datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.*

proveedores tanto en volumen (8,1 millones y 2,3 millones de toneladas respectivamente) como en valor (3.944 millones de euros Brasil y 1.728 millones Argentina).

El tercer grupo de países proveedores por valor de las importaciones son los países euro-mediterráneos (2,5% del volumen y 5,3% del valor), cuyas exportaciones a España con respecto a 2021 han aumentado el 12% en volumen y han disminuido el 1,1% en valor.

Por volumen importado, el tercer lugar lo ocupa USMCA, con el 6,3% del volumen y el 5,1% del valor total. Con respecto a 2021, las importaciones han subido fuertemente en volumen (30%) y también en valor (38%). Igual que en el caso de las exportaciones, alrededor de las tres cuartas partes (72% en valor) vienen de Estados Unidos.

También tienen relevancia las importaciones de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), con un 3,6% del volumen y un 4,3% del valor total. Las importaciones de ASEAN han bajado un 4,9% en volumen y han subido un 23% en valor.

### 3. Análisis sectorial del comercio exterior agroalimentario

El análisis sectorial se presenta resumido en este apartado. La balanza comercial con el análisis sectorial completo se encuentra en [https://comercio.gob.es/ImportacionExportacion/Informes\\_Estadisticas/Paginas/Historico-Balanza.aspx](https://comercio.gob.es/ImportacionExportacion/Informes_Estadisticas/Paginas/Historico-Balanza.aspx)

El Cuadro 6 permite tener una visión de conjunto del comercio exterior por sectores, que se desarrolla en la versión completa de la balanza agroalimentaria.

El 24 de febrero de 2022 Rusia invadió Ucrania, después de haberse anexionado

Crimea en el año 2014. Como consecuencia, la UE ha impuesto sanciones a Rusia, entre las cuales figuran restricciones al comercio, si bien dichas restricciones no se dirigen a los productos agroalimentarios, salvo algunas excepciones. En exportación, la UE prohíbe exportar a Rusia productos considerados de lujo, cuyo precio exceda de 300 euros por artículo, y entre ellos se encuentran los caballos, el caviar y sus sucedáneos, trufas y productos a base de trufas, cerveza, vino, espírituosos y otras bebidas alcohólicas, y cigarrillos. En importación están prohibidos determinados productos que generen ingresos significativos para Rusia, entre los que se encuentran el marisco, el caviar y sus sucedáneos, bebidas espirituosas, residuos de la industria del almidón, pulpa de remolacha y otros residuos similares, y labores de tabaco. Por otra parte, algunas de las sanciones, como las restricciones financieras, al transporte en buques y aeronaves rusas o a la inversión, suponen una dificultad general para los intercambios comerciales. Rusia es un suministrador importante de productos básicos como el trigo (es el primer exportador mundial), y en esta situación las importaciones no se han alterado significativamente; los precios aumentaron al principio de la invasión, si bien desde agosto de 2022 comenzaron a bajar. Hay productos que no son agroalimentarios, pero son insumos para la agricultura, cuyos precios han aumentado considerablemente, como los fertilizantes (en particular de nitrógeno) o los combustibles fósiles.

El conflicto ha provocado una inflación y una volatilidad de precios en una época en la que se estaba produciendo la recuperación tras la pandemia de COVID-19 otros problemas económicos, de forma que los valores de comercio internacional han aumentado más que los ▷

**CUADRO 6**  
**BALANZA COMERCIAL AGROALIMENTARIA POR SECTORES**  
(Miles de euros)

Descripción	2021			2022			% variación 2022/2021	
	Exportación	Importación	Saldo	Exportación	Importación	Saldo	Exportación	Importación
Cárnicos .....	10.535.677	2.349.257	8.186.420	11.722.711	3.007.032	8.715.679	11,3	28,0
–Bovino .....	1.248.511	926.227	322.284	1.578.742	1.180.841	397.901	26,4	27,5
–Ovino-caprino .....	424.388	56.958	367.430	499.851	76.466	423.385	17,8	34,2
–Porcino .....	7.822.415	654.646	7.167.769	8.405.827	754.348	7.651.479	7,5	15,2
–Aves y huevos .....	845.592	610.837	234.755	1.030.314	898.394	131.920	21,8	47,1
–Otros animales .....	194.771	100.589	94.182	207.977	96.983	110.994	6,8	-3,6
Lácteos .....	1.358.570	1.835.469	-476.899	1.631.984	2.625.154	-993.170	20,1	43,0
Pesca .....	4.625.488	7.389.459	-2.763.971	5.356.810	8.896.417	-3.539.607	15,8	20,4
Cereales y productos de la molinería .....	792.685	3.635.082	-2.842.397	1.002.467	6.614.130	-5.611.663	26,5	82,0
Residuos de la industria alimentaria y piensos .....	1.482.664	2.503.368	-1.020.704	1.664.054	3.162.740	-1.498.686	12,2	26,3
Flores y plantas .....	571.353	301.097	270.256	602.236	351.136	251.100	5,4	16,6
Hortalizas y legumbres .....	7.380.233	1.317.477	6.062.756	7.981.438	1.716.526	6.264.912	8,1	30,3
Frutas .....	9.979.967	3.415.355	6.564.612	9.845.344	3.832.361	6.012.983	-1,3	12,2
Conservas vegetales .....	3.098.922	1.215.226	1.883.696	3.640.145	1.513.039	2.127.106	17,5	24,5
Vinos, bebidas y vinagre .....	5.218.620	1.771.652	3.446.968	5.678.815	2.240.043	3.438.772	8,8	26,4
Tabaco .....	236.595	1.539.285	-1.302.690	315.285	1.725.478	-1.410.193	33,3	12,1
Grasas y aceites .....	5.406.098	4.247.376	1.158.722	7.194.422	6.055.755	1.138.667	33,1	42,6
Semillas oleaginosas, mandioca y forraje .....	1.018.205	2.843.432	-1.825.227	1.079.626	3.497.715	-2.418.089	6,0	23,0
Café, té, cacao y azúcar .....	1.131.400	2.334.736	-1.203.336	1.358.908	3.106.149	-1.747.241	20,1	33,0
Industrias agroalimentarias .....	5.911.108	4.249.089	1.662.019	7.429.589	5.046.641	2.382.948	25,7	18,8
Otros productos .....	553.952	328.018	225.934	771.760	460.771	310.989	39,3	40,5
<b>Total .....</b>	<b>59.301.537</b>	<b>41.275.378</b>	<b>18.026.159</b>	<b>67.275.594</b>	<b>53.851.087</b>	<b>13.424.507</b>	<b>13,4</b>	<b>30,5</b>

Los datos correspondientes a 2022 son provisionales.

Fuente: *Elaboración propia con datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.*

volúmenes y, en el caso de las exportaciones, el valor ha aumentado, mientras que el volumen ha disminuido.

Las exportaciones de Ucrania se han visto afectadas por la invasión de Rusia, algunas de las cuales son importantes para la UE y España, como las de trigo, semillas de girasol y aceite de girasol, o maíz. Esto se ha paliado con medidas para facilitar las importaciones en la UE y otros países con necesidades de productos básicos, con medidas como las «vías solidarias» y la Iniciativa de las Naciones Unidas del Mar Negro para los cereales. Otra medida establecida en la UE para facilitar las importaciones de Ucrania ha sido la liberalización temporal de todos los productos que no están ya liberalizados por el Acuerdo de Asociación entre la UE y Ucrania; esta medida entró en vigor el 4 de junio de 2022, con una duración de un año.

El comercio de Moldavia se ha visto también afectado por la ocupación de Ucrania por parte de Rusia, porque depende en gran parte del tránsito por Ucrania y de las infraestructuras de este país. Por ello, la UE, en solidaridad con Moldavia, ha establecido medidas para paliar la situación. Si bien la mayor parte del comercio entre la UE y Moldavia está liberalizada por el Acuerdo de Asociación entre ambos territorios, la UE ha ampliado los contingentes de importación para este país durante un año, comenzando el 23 de julio de 2022.

En marzo de 2022, a raíz de los contactos entre España y Marruecos en relación con la posición sobre el Sáhara Occidental, Argelia estableció diversas medidas contra los intereses

españoles, muchas de las cuales entran en el ámbito comercial, que han afectado drásticamente al comercio entre ambos países. En lo que se refiere a los productos agroalimentarios, las exportaciones han caído en 2022 en relación con 2021, un 61% en valor y un 74% en volumen, y las importaciones, un 20% en valor y un 64% en volumen.

En noviembre de 2022, México abrió el mercado a la importación de carne de aves de corral españolas. Tras ser auditadas, este país aprobó ocho empresas productoras españolas.

#### 4. Conclusiones

En 2022 se ha mantenido la tendencia, sostenida durante los últimos veintidós años e intensificada desde la crisis económica, de saldos superavitarios de la balanza comercial agroalimentaria. El año 2022 también ha sido el segundo en el que se aplica completamente el Brexit tras el periodo transitorio en 2020, acontecimiento sin precedentes por ser la primera vez que un país abandona la UE.

Esta evolución se ha producido en un contexto internacional caracterizado por tensiones en materia de política comercial y por negociaciones de nuevos acuerdos comerciales, si bien en 2022 no se ha puesto en marcha ninguno. La invasión rusa de Ucrania ha alterado los flujos comerciales no solo con Rusia, sino con otros países, en España y en todo el mundo. Algunas tensiones políticas también han perjudicado el comercio con otros países, sobre todo en las exportaciones.

*Eduardo Bandrés Moliné\**

## POLÍTICAS SOCIALES Y REDUCCIÓN DE LA DESIGUALDAD EN EL TRAMO INFERIOR DE LA DISTRIBUCIÓN DE LA RENTA

A pesar de las políticas públicas de apoyo a la renta de los hogares, la desigualdad aumentó en 2020 por el impacto de la crisis pandémica en el extremo inferior de la distribución. De hecho, la renta media disponible por persona del 10% más pobre de la población cayó un 7% respecto al año anterior, mientras que la media total prácticamente se mantenía constante. En 2021, en cambio, se produjo una reducción de la desigualdad, precisamente por la mejora relativa de los dos primeros deciles de la distribución, y especialmente del primero, cuya renta media disponible por persona aumentaría un 24% sobre 2020, muy por encima de la media del conjunto, que lo hizo un 6%. La razón principal de esa mejoría de rentas del 10% más pobre se debió a un aumento de la cobertura y de la cuantía de pensiones y ayudas sociales para colectivos en riesgo de exclusión, y del ingreso mínimo vital, que se extendió sobre un mayor número de hogares. El resultado de todo ello es que, de acuerdo con el indicador más utilizado para medir la desigualdad —el coeficiente de Gini—, en 2021 estaríamos en niveles de desigualdad de rentas prácticamente iguales que en 2019, pero con una menor tasa de pobreza, habiendo superado el impacto negativo de la crisis.

**Palabras clave:** ingreso mínimo vital, redistribución, ayudas sociales, desigualdad.

**Clasificación JEL:** D31, H24.

### 1. Introducción

Tras el repunte de la desigualdad de rentas acaecido en España en 2020 —primer año de pandemia—, 2021 presentó una reducción del índice de Gini que lo situó en 32,0 puntos, cifra que prácticamente igualaba el registro de 2019 (32,1) al que se había llegado tras el lento, pero

continuado, descenso experimentado en los años de recuperación económica tras la Gran Recesión (Gráfico 1). Estaríamos así, de nuevo, en un punto que equivale a la casilla de salida anterior a esa larga crisis, pero también al «suelo» que se había mantenido estable en los años de crecimiento que atravesaron el último lustro del pasado siglo y los siete primeros años del presente (Bandrés, 2023).

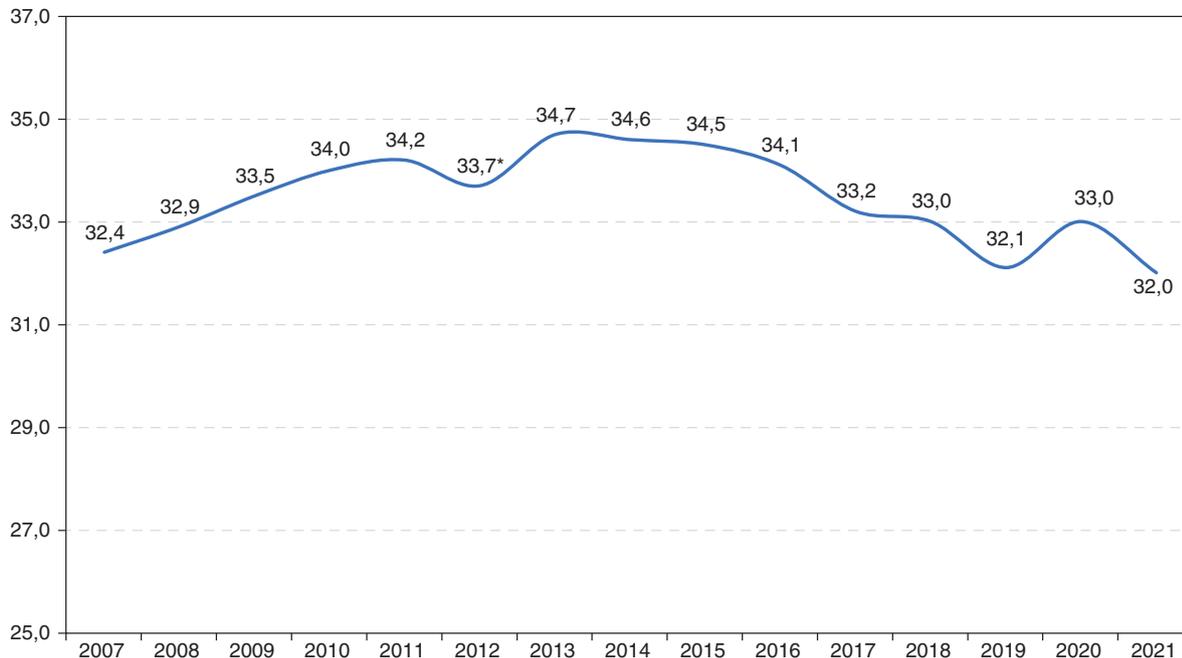
La cifra de 2021 viene a mostrar, como veremos, que se habrían superado la mayor parte de las heridas infligidas por la crisis ▷

\* Universidad de Zaragoza.

Versión de noviembre de 2023.

<https://doi.org/10.32796/bice.2023.3165.7681>

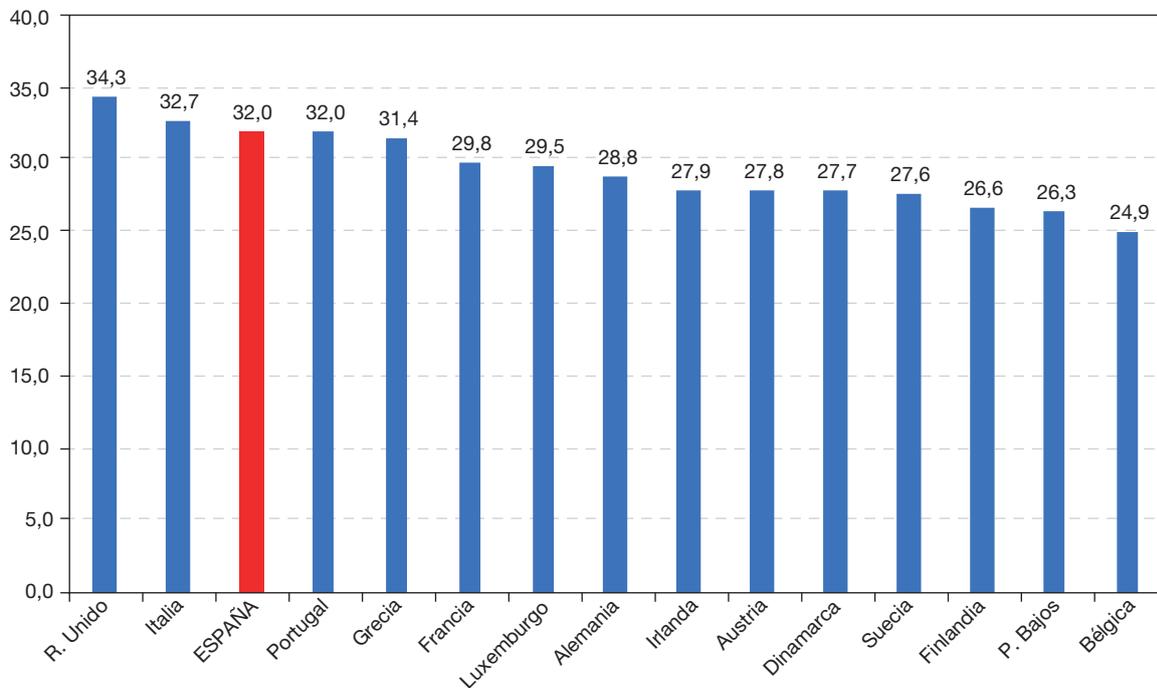
**GRÁFICO 1**  
**DESIGUALDAD DE LA RENTA DISPONIBLE (2007-2021)**  
 (Índice de Gini de la renta disponible equivalente)



\* Cambio metodológico.

Fuente: Encuesta de condiciones de vida (INE, 2022).

**GRÁFICO 2**  
**DESIGUALDAD DE LA RENTA DISPONIBLE EN EUROPA, 2021**  
 (Índice de Gini de la renta disponible equivalente)



Fuente: Eurostat (2021) y Office for National Statistics (2021) para Reino Unido.

pandémica en los hogares españoles con menores ingresos, pero sigue siendo una señal de la desfavorable posición de España en el mapa europeo de la desigualdad. Como puede observarse en el Gráfico 2, entre los países que formaban parte de la UE-15 (aquellos de la Unión Europea cuyas estructuras económicas y sociales son similares a las de nuestro país), solo Reino Unido e Italia reportan cifras de desigualdad de la renta monetaria superiores a España.

## 2. El efecto redistributivo de las transferencias públicas

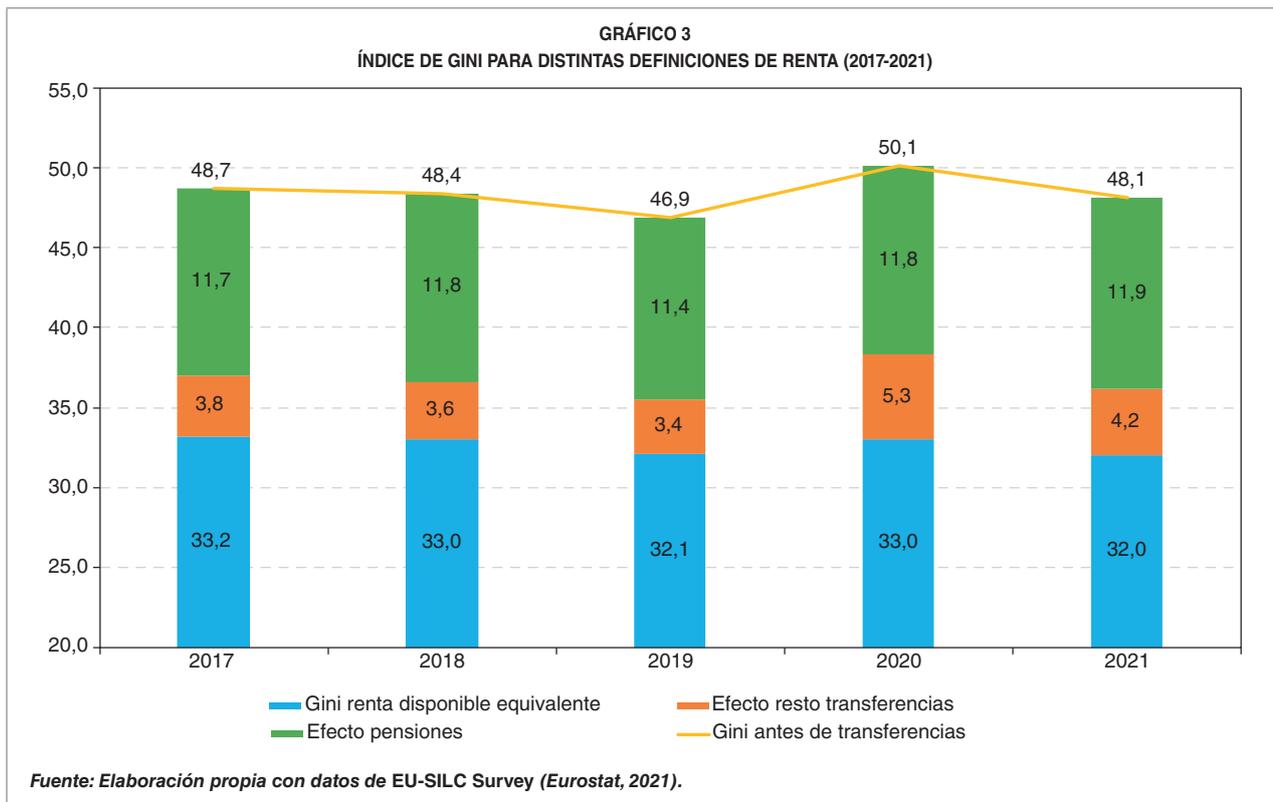
Más allá de las cifras agregadas de desigualdad que ofrece el coeficiente de Gini, interesa conocer qué hay detrás de esa reducción de un punto que deja las cosas en la situación existente justo antes de que se iniciara la pandemia de COVID-19. Una primera aproximación la ofrece la secuencia que se inicia en el índice de Gini correspondiente a la renta de mercado (salarios, rentas del capital, rentas mixtas) después de impuestos y cotizaciones sociales, pero antes de contabilizar las transferencias de las Administraciones públicas, secuencia que sigue con el efecto de las pensiones, primero, y de las demás transferencias públicas, después, hasta llegar a la renta disponible. En el año 2020, las medidas de confinamiento y paralización de numerosas actividades productivas tuvieron un fuerte impacto sobre la desigualdad de la renta de mercado, que, sin embargo, se vio compensado en buena medida por el efecto de las transferencias públicas (ERTE, desempleo, prestación extraordinaria de autónomos, ayudas a familias, etc.), que redujeron en 5,3 puntos el índice de Gini (Bandrés, 2022).

A su vez, en 2021, la caída de la desigualdad de la renta disponible se debió, en parte, a la

normalización de la actividad productiva y del empleo, que redujo la desigualdad de la renta de mercado en 2,0 puntos respecto al año anterior, y a la acción compensadora de las prestaciones sociales, que, si bien en menor proporción que en 2020, tuvieron un efecto de reducción de la desigualdad por valor de 4,2 puntos (Gráfico 3). De hecho, como puede verse en Fernández (2023), las remuneraciones salariales percibidas por los hogares españoles en 2021 superaron ya a las de 2019, tras la fuerte caída de 2020, y también aumentaron notablemente las rentas mixtas, manteniéndose prácticamente igual que en 2020 el importe total de las prestaciones sociales, pero con un menor peso relativo en la renta de los hogares.

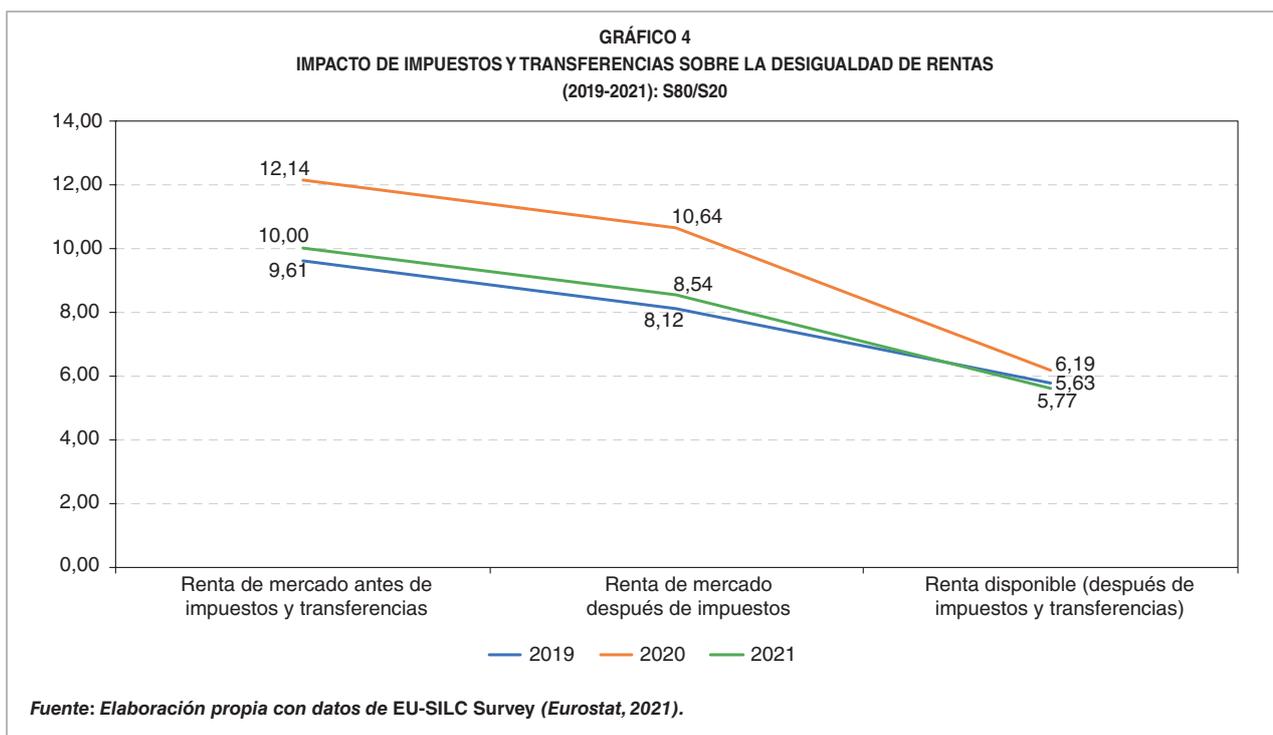
En suma, aunque la desigualdad de la renta disponible en términos del coeficiente de Gini era prácticamente igual en 2021 que en 2019, ello se debió a la mayor incidencia de las transferencias sociales en 2021. En la medida en que estas se mantengan en el tiempo —el ingreso mínimo vital será, en tal sentido, determinante—, cabe pensar en una contribución positiva a la reducción de la desigualdad en la parte baja de la distribución.

El efecto redistributivo de las transferencias públicas, junto con los impuestos sobre la renta y la riqueza de los hogares y las cotizaciones sociales a cargo de estos, determina el paso de la renta de mercado a la renta disponible. Un indicador como S80/S20, que compara la renta media del 20% de la población con mayores ingresos y del 20% con menores ingresos, pone de relieve que el impacto redistributivo de los impuestos y las cotizaciones sobre la desigualdad de rentas ha sido muy parecido en los tres últimos años (en torno a 1,5 puntos), y que el mayor efecto redistributivo se produce a través de las transferencias, que explican un 75% de la reducción de la desigualdad promovida por el sector público en 2020 y un 67% de esa ▷



misma reducción en 2021 (Gráfico 4). Estos resultados confirman lo que ya veíamos con los

índices de Gini, antes y después de las transferencias: la disminución de la desigualdad de ▷



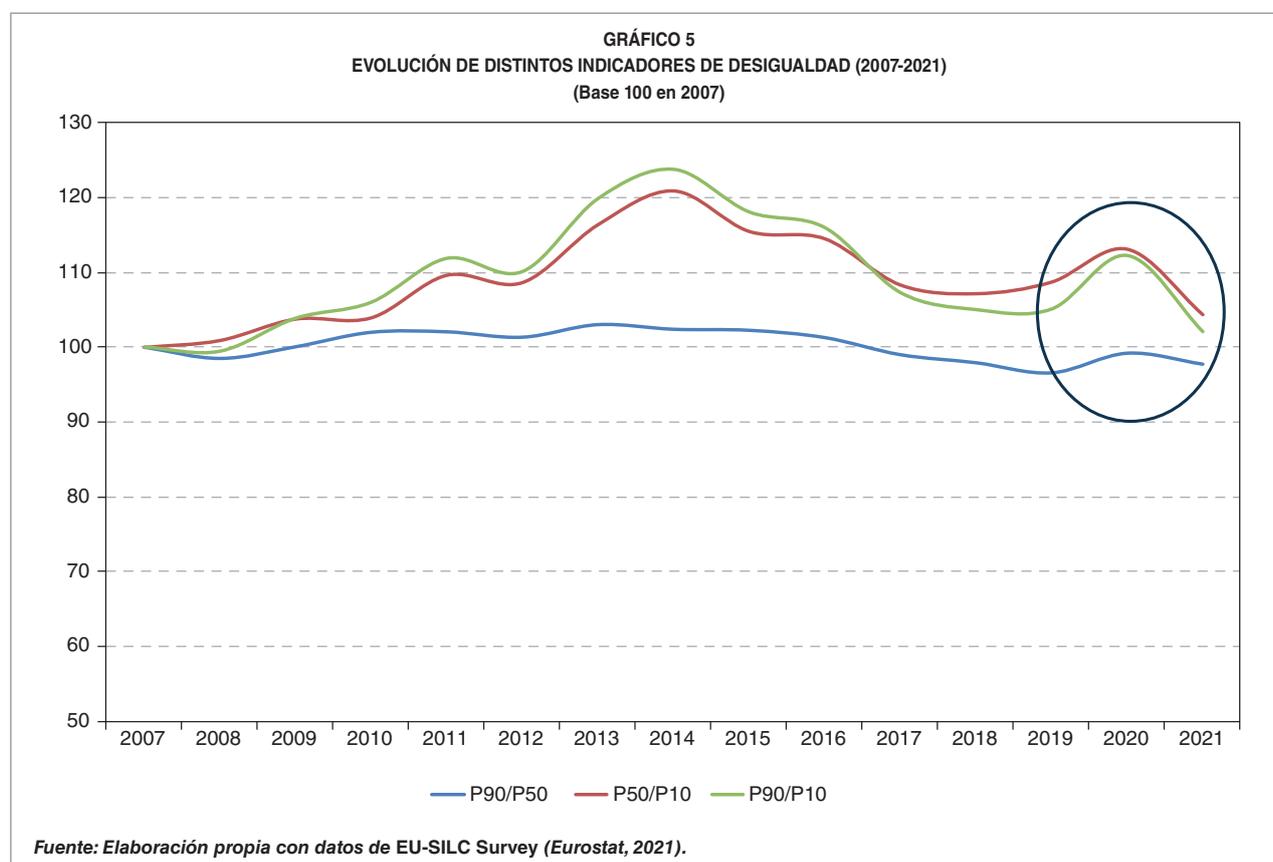
la renta de mercado, como consecuencia de la normalización de la actividad económica y el aumento de los ingresos de los hogares, así como el importante papel que desempeñan las prestaciones sociales como mecanismo de protección de rentas.

### 3. La clave está en el extremo inferior de la distribución de la renta

La relación entre los extremos de la distribución personal de la renta disponible y de estos con la mediana ofrece, a su vez, una perspectiva interesante para calibrar en qué región de la distribución se focaliza con mayor intensidad la explicación de la trayectoria seguida por la desigualdad en un determinado momento. La relación entre la renta de los percentiles 90

y 10 (P90/P10) se descompone en el producto entre P90/P50 y P50/P10, donde P50 es justamente la mediana de la distribución. En el Gráfico 5 se comprueba que la evolución de la desigualdad (P90/P10) está muy asociada con la evolución de la relación entre la mediana y el percentil 10 (P50/P10), es decir, la desigualdad que se sitúa en la parte inferior de la distribución. De la misma forma que en 2020 fue el aumento de esta última ratio el que explica más de las dos terceras partes del crecimiento de la desigualdad, en 2021 es la disminución de P50/P10 la principal responsable de la reducción de la desigualdad.

Si los percentiles que se toman como referencia son 95, 50 y 5, los resultados refuerzan las conclusiones anteriores. La renta en 2020 de las personas ubicadas en el percentil 95 era 9,29 veces la del percentil 5, mientras que ▷



en 2021 había descendido hasta 8,04 veces. Pues bien, P95/P50 prácticamente no varió (2,44 en 2020 y 2,43 en 2021), mientras que P50/P05 se redujo de 3,80 a 3,31.

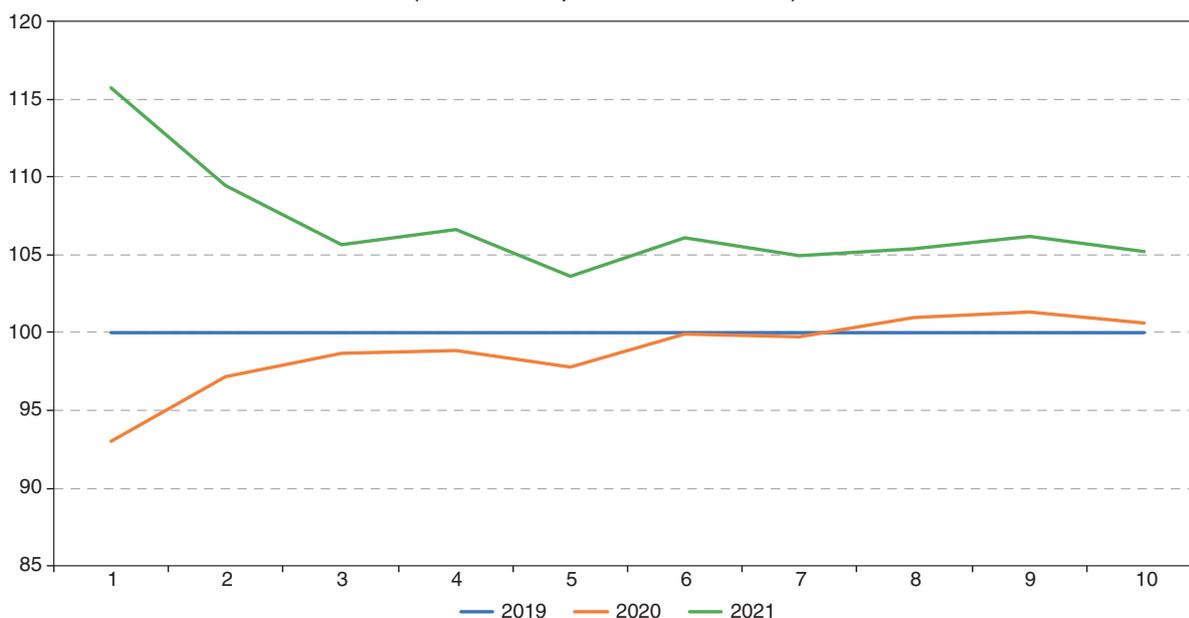
Si tomamos la renta media disponible equivalente de cada decil de ingresos, se advierte con claridad cómo los cambios en la desigualdad, tanto en 2020 como en 2021, tienen que ver principalmente con lo que sucede en los dos primeros deciles, y muy especialmente en el primero. A partir de los microdatos de la *Encuesta de condiciones de vida* (ECV) correspondientes a las rentas de los años 2019, 2020 y 2021 se observa que, en 2020, primer año de pandemia, la renta disponible media por persona del primer decil descendió un 7%, la del segundo decil, un 3%, y la de los deciles tercero, cuarto y quinto, en torno a un 1%, manteniéndose prácticamente igual en los deciles sexto a décimo. Como ya indicábamos en Bandrés (2022), la caída de la renta por persona de los primeros deciles habría sido mucho mayor de

no mediar el efecto compensador de las transferencias públicas.

En 2021, en cambio, tuvo lugar un crecimiento de la renta media disponible por persona en todos los deciles (la media del conjunto pasó de 12.269 a 13.008 euros), pero de manera singular en los dos primeros y, también ahora, especialmente en el primero. La comparación con 2019 revela que tras los dos primeros años de pandemia la renta por persona de los deciles tercero a décimo creció entre un 5% y un 6% en términos nominales, en tanto que la del segundo aumentó un 9,4% y la del primero, un 15,7%, y ello a pesar de los ya señalados descensos de 2020 en esos dos primeros deciles (Gráfico 6).

Los datos expuestos hasta el momento confirman, por tanto, que la clave de la reducción del coeficiente de Gini en 2021 respecto a 2020 se encuentra en lo que pasó en los dos primeros deciles de la distribución, igual que la clave del aumento en 2020 estuvo también en esos dos primeros deciles. ▷

GRÁFICO 6  
 RENTA MEDIA DISPONIBLE POR PERSONA POR DECILES DE INGRESOS (2019-2021)  
 (Base 100 en 2019 para cada uno de los deciles)



Fuente: Elaboración propia con microdatos de la Encuesta de condiciones de vida (INE, 2022).

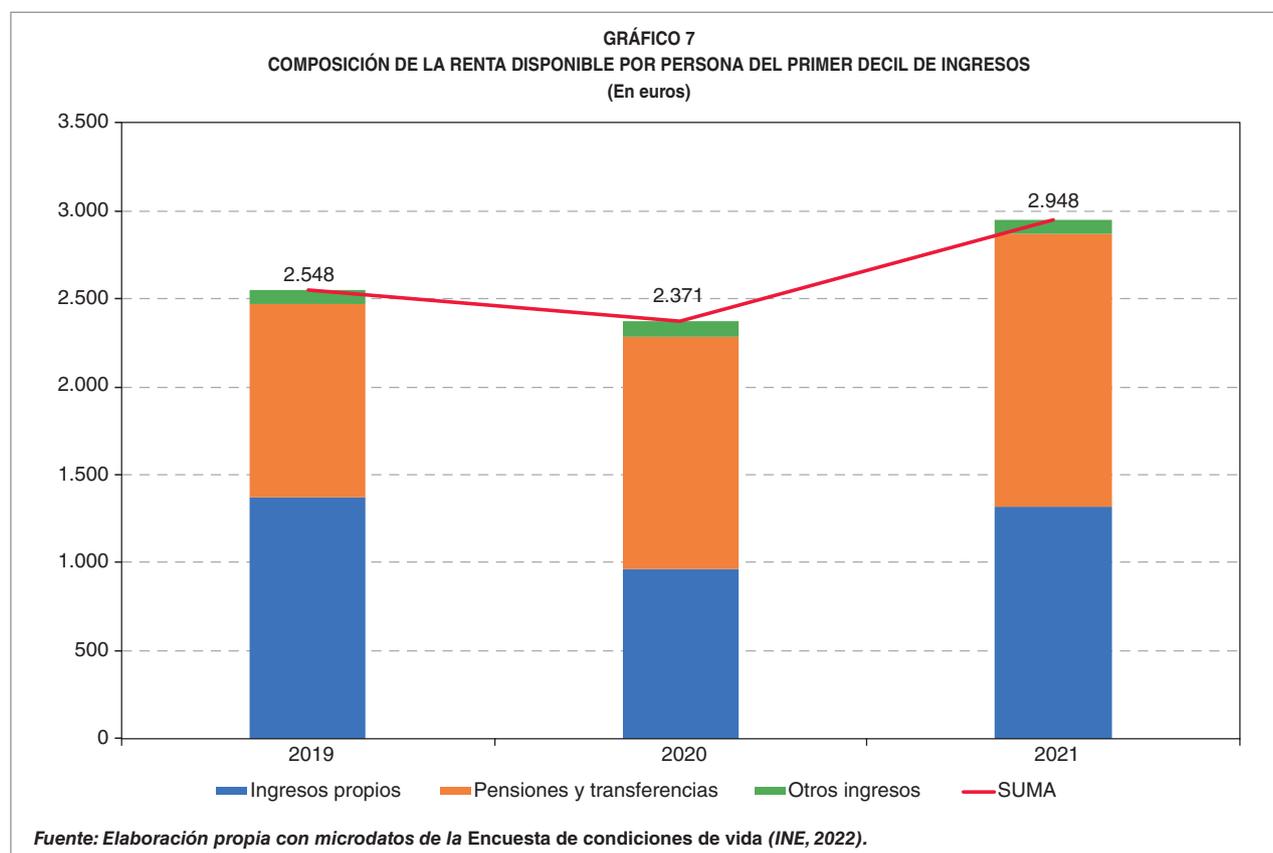
#### 4. Políticas sociales y reducción de la desigualdad en 2021

Las distintas fuentes de ingresos que forman parte de la renta disponible del primer decil muestran el elevado peso relativo que tienen las transferencias públicas de toda clase (pensiones, protección del desempleo, asistencia social, ayudas por hijos, etc.), así como el crecimiento que experimentaron en 2020 y 2021. Las pensiones y otras transferencias públicas, que representaban en 2019 el 43% de la renta media disponible por persona, aumentaron hasta el 56% en 2020 y se situaron finalmente en el 52% en 2021. En el primer año de pandemia se produjo una fuerte caída de los ingresos propios, principalmente de las rentas del trabajo, que se recuperaron con vigor en 2021, aunque sin llegar a alcanzar el nivel de 2019, de modo que la comparativa de 2021 con 2019

revela que el aumento de la renta disponible entre esos dos años se debió casi íntegramente a las transferencias y prestaciones sociales.

En particular, el mayor dinamismo correspondió a los que la *Encuesta de condiciones de vida* denomina «ingresos por asistencia social», que están formados por las rentas mínimas de las comunidades autónomas, los pagos de distintas Administraciones para hogares con recursos insuficientes y, desde 2020, el ingreso mínimo vital<sup>1</sup>. En conjunto, de los casi 3.600 millones de euros recibidos por los hogares españoles en 2021 en concepto de asistencia social, según la ECV, el 33% fue a los hogares ubicados en el primer decil y el 22% a los del segundo decil, de modo que se configuran como un tipo de ▷

<sup>1</sup> Para un análisis de la incidencia de las transferencias públicas y, en particular, de las prestaciones por asistencia social, en el año 2021 entre los deciles de ingresos, véase Martínez Jorge (2023).

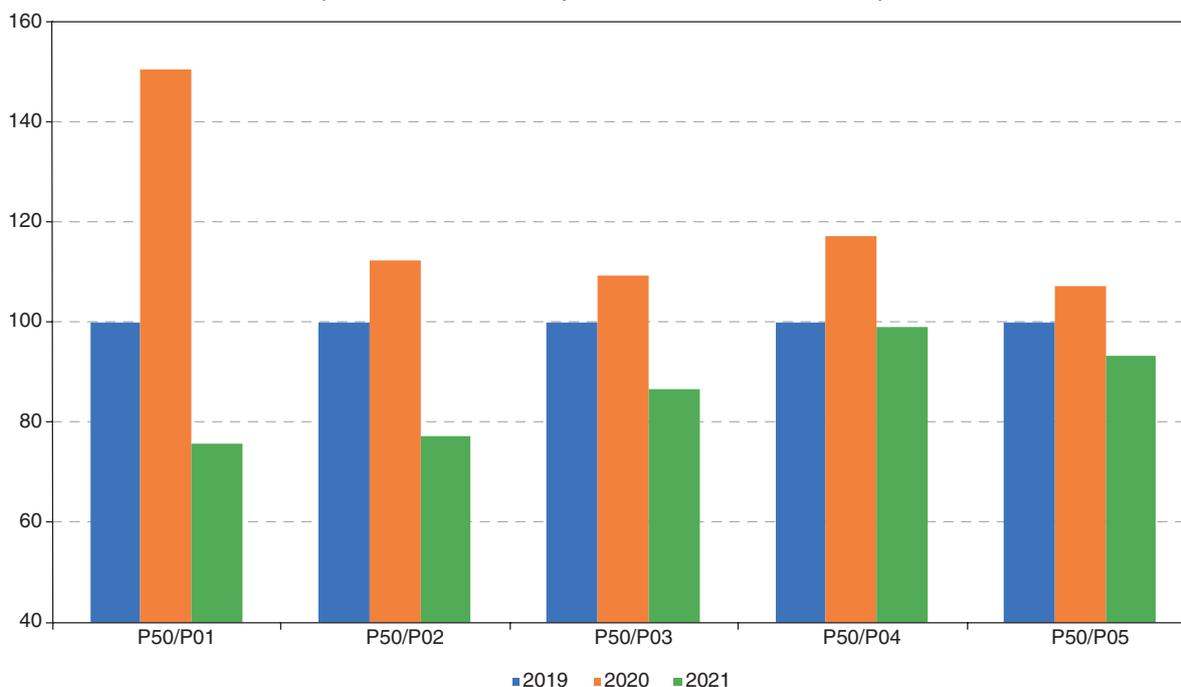


prestaciones con una muy elevada progresividad, aunque su reducido volumen, por su propia naturaleza, les otorga una limitada capacidad redistributiva. El paulatino despliegue del ingreso mínimo vital seguramente estuvo detrás del aumento del porcentaje de hogares del primer decil, que pasaron a beneficiarse de este bloque de prestaciones de asistencia social: de un 9% de los hogares, que agrupaban en 2019 al 11% de las personas de ese decil, se pasó a un 17% de hogares y a un 22% de personas, duplicándose, por tanto, su intensidad protectora. También creció el número y porcentaje de hogares que perciben pensiones y otras transferencias públicas.

El impacto de estas medidas de protección social destinadas a los colectivos en situación de pobreza severa se manifiesta en los primeros percentiles de la distribución. En anteriores trabajos (Bandrés, 2022) veíamos cómo el

aumento de la desigualdad en España tenía más que ver con la distancia entre la renta mediana y los estratos inferiores de ingresos que con la distancia entre los estratos superiores y la mediana. El problema, señalábamos, estaba principalmente en las caídas de rentas en hogares del primer decil de la distribución. En 2020 la excepcionalidad de la situación dio lugar a un aumento de la desigualdad en la parte inferior de la distribución —también en la parte alta, aunque menor—. La novedad en 2021 es que fue precisamente en la parte inferior donde se corrigió con mayor intensidad el anterior crecimiento de la desigualdad. Las ratios de la mediana con los percentiles 1, 2, 3, 4 y 5 revelan cómo fue además en los tres primeros percentiles (algo más de millón y medio de personas) donde más se redujo esa ratio (Gráfico 8), tanto en comparación con 2020 como con 2019. ▷

**GRÁFICO 8**  
INDICADORES DE DESIGUALDAD EN EL TRAMO INFERIOR DE LA DISTRIBUCIÓN DE LA RENTA  
(Ratios de la mediana con los percentiles inferiores. Base 100 en 2019)



Fuente: Elaboración propia con microdatos de la Encuesta de condiciones de vida (INE, 2022).

## 5. Conclusiones

El año 2020 quebró la tendencia descendente de la desigualdad que se había iniciado con la recuperación económica. El balance de esa etapa de crecimiento concluía con indicadores de desigualdad similares a los existentes antes de la crisis financiera internacional y muy parecidos a los vigentes desde mediados de los años noventa del siglo pasado. Las medidas de confinamiento y las restricciones a la actividad económica y a la movilidad adoptadas en 2020 afectaron de forma dispar a empresas, hogares y territorios, generando un repunte de la desigualdad de las rentas de mercado, que, no obstante, fue paliado en su mayor parte con un enorme despliegue de prestaciones sociales.

La gradual normalización del empleo a lo largo de 2021 mejoró sustancialmente los ingresos de los hogares españoles, pero entre el 10 % más pobre de la población fueron las transferencias públicas las que lograron salvar la caída de rentas del año anterior, superando incluso en un 16 % la renta media por persona del año 2019. La extensión de la cobertura de las prestaciones sociales en forma de pensiones y, sobre todo, de ayudas de asistencia social, como el ingreso mínimo vital, aliviaron situaciones de pobreza extrema en los primeros percentiles de la distribución. En la medida en que este tipo de prestaciones se mantengan, podrá corregirse una parte de las situaciones de exclusión social que se producen en la parte inferior de la distribución de la renta.

Aunque la diferencia en la desigualdad de los años 2019 y 2021 es apenas una décima del índice de Gini (32,1 vs. 32,0), la relación entre percentiles muestra una desigualdad mucho menor en la cola de la distribución y

algo mayor en la parte alta de la misma. Esos matices no son triviales, al reflejar una ligera mejoría de la posición económica de los hogares con menores ingresos. En términos de tasa de cobertura, más del 17 % de los hogares del primer decil estarían recibiendo ayudas de asistencia social en 2021, frente a un 9 % en 2019.

Ello no es óbice para reconocer que la desigualdad de la renta monetaria, aun cuando esta no sea el único determinante del nivel de vida de las personas, está en España claramente por encima de la mayoría de los países europeos de nuestro entorno. Y que parece existir un «suelo» difícil de romper que estaría mostrando la existencia de factores estructurales vinculados al proceso de formación de las rentas de mercado (salarios y rentas del capital) y a la todavía insuficiente acción redistributiva de las políticas sociales.

## Bibliografía

- Bandrés, E. (2022). Desigualdad de rentas en el primer año de pandemia. *Cuadernos de Información Económica*, (289), 47-52. <https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2022/07/Cie-289-Eduardo-Bandr%C3%A9s.pdf>
- Bandrés, E. (2023). Dimensiones de la desigualdad: España en contexto. *Panorama Social*, (37), 53-66. <https://www.funcas.es/articulos/dimensiones-de-la-desigualdad-espana-en-contexto/>
- Eurostat. (2021). *EU statistics on income and living conditions*. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/microdata/european-union-statistics-on-income-and-living-conditions>
- Fernández, M. J. (2023). Las cuentas de los hogares y de las empresas no financieras en 2022. *Cuadernos de Información Económica*, (294), 19-25. [https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2023/06/CIE-294\\_Digital.pdf](https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2023/06/CIE-294_Digital.pdf) ▷

Eduardo Bandrés Moliné

Instituto Nacional de Estadística. (2022). *Encuesta de condiciones de vida*. [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176807&menu=ultiDatos&idp=1254735976608](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176807&menu=ultiDatos&idp=1254735976608)

Martínez Jorge, Á. (29 de junio de 2023). Qué pasó con la desigualdad de ingreso en España durante la pandemia. *EsadeEcPol*, Center for Economic Policy. <https://www.esade.edu/ecpol/es/blog/>

[que-paso-con-la-desigualdad-de-ingreso-en-espana-durante-la-pandemia/](#)

Office for National Statistics. (2021). *Household income inequality, UK: financial year ending 2020*. <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/personalandhouseholdfinances/incomeandwealth/bulletins/household-income-inequality-financial-year-ending-2020>



*Andrés García Pereda\**

*José Luis Rodríguez López\*\**

*Renata Sánchez de Lollano Caballero\*\**

*Raquel Tárrega López\**

## SUPERMERCADOS, COMPETENCIA Y LA REDUCCIÓN DEL IVA DE ALIMENTOS BÁSICOS

El presente artículo revisa un estudio publicado en 2023 por la CNMC, en donde se analiza el marco jurídico y económico del sector de la distribución minorista de gran consumo (supermercados, hipermercados, tiendas de autoservicio y de descuento) y en qué medida el nivel de competencia ha podido condicionar la traslación de la rebaja del IVA introducida en enero de 2023 a determinados alimentos básicos. El estudio revela que el sector presenta una relativa concentración, con una presencia destacada de los distribuidores de carácter regional. Igualmente, el análisis muestra una moderación de las alzas de los precios de los productos afectados por la reducción del IVA tras la introducción de la medida, sin que se aprecien indicios de falta de traslación impositiva. Los distintos niveles de concentración de las provincias o municipios tampoco parecen influir sobre el grado de traslación de la rebaja a los precios finales.

**Palabras clave:** IVA, distribución minorista, sector alimentario, promoción de la competencia, traslación impositiva.

**Clasificación JEL:** H22, K21, K34, L11, L66.

### 1. Introducción

La distribución minorista de gran consumo ocupa un lugar clave en la economía española y es uno de los eslabones más importantes de la cadena agroalimentaria, facilitando la

comercialización de los alimentos a los consumidores finales a través de la venta de productos alimentarios en comercios minoristas. En los dos últimos años la actividad de este sector ha recibido una atención creciente por el aumento de los precios de los alimentos que se ha registrado tanto en España como en otros países. Así, las perturbaciones de las cadenas de suministro provocadas, entre otros factores, por la pandemia de COVID-19 y la invasión rusa de Ucrania han dado lugar a alteraciones en la cadena agroalimentaria y en los mercados de insumos para la producción y la ▷

\* Diplomado Comercial del Estado. Subdirección de Estudios e Informes. Departamento de Promoción de la Competencia. CNMC.

\*\* Técnico Comercial y Economista del Estado. Subdirección de Estudios e Informes. Departamento de Promoción de la Competencia. CNMC.

Las opiniones de este artículo pertenecen a los autores y no representan necesariamente las de la CNMC.

Versión de noviembre de 2023.

<https://doi.org/10.32796/bice.2023.3165.7680>

distribución agroalimentaria (energía, fertilizantes, piensos, maquinaria, transporte marítimo, transporte terrestre...), todo lo cual ha incidido en los precios al consumidor.

Con el fin de contener el incremento en el precio de los alimentos, una de las medidas aprobadas a finales de 2022 fue la disminución de los tipos del IVA reducido y superreducido para determinados alimentos desde el 1 de enero y hasta el 30 de junio de 2023 (medida prorrogada posteriormente hasta el 31 de diciembre de 2023).

En este contexto, y a petición de la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) aprobó en julio de 2023 un *Estudio sobre la traslación de la reducción del IVA en el sector alimentario* (CNMC, 2023a), centrado en analizar el sector de la distribución minorista de gran consumo desde el punto de vista de la competencia y en verificar en qué medida las condiciones de competencia han podido influir en la traslación de la rebaja del IVA al consumidor final.

Partiendo de ese estudio, en este artículo se abordará, en primer lugar, el marco regulatorio del sector. En segundo lugar, las características económicas y, finalmente, se presentará un análisis de la traslación de la rebaja del IVA al precio de los alimentos.

## 2. El punto de partida: los aspectos más relevantes de la regulación

La regulación es el punto de partida para entender las características y condiciones de competencia de la distribución minorista de gran consumo. Ha sido, además, objeto de controversias y reformas en el pasado, tal y como ha sucedido con el régimen de apertura de

establecimientos comerciales o con el periodo de rebajas.

Por su relevancia, la CNMC ha analizado en varias ocasiones aspectos de la regulación de la actividad de comercio minorista en general y de la referida específicamente a la venta de productos alimentarios como actividad integrada dentro de la cadena alimentaria. Destaca en este sentido el *Informe sobre las relaciones entre fabricantes y distribuidores en el sector alimentario* (CNC, 2011) que, entre otras cuestiones, analizó barreras regulatorias sobre las condiciones de apertura y ejercicio de actividad de los establecimientos comerciales. Aunque algunas se reformaron posteriormente, en aquel momento se identificaron como tal el régimen de acceso a la actividad, ciertos elementos normativos relativos a la ordenación territorial y al planeamiento urbanístico, los horarios comerciales y la apertura de domingos y festivos, la limitación de los periodos de rebajas y la prohibición de la venta a pérdida. La CNMC, además, concluyó en ese informe que existía una asimetría de poder de negociación a favor del último eslabón de la cadena alimentaria (la distribución minorista organizada) y recomendó vigilar determinadas prácticas comerciales acordadas entre fabricantes y minoristas.

Actualmente, la regulación general de la distribución minorista viene determinada por la normativa estatal y autonómica. Ello se debe a que las comunidades autónomas han asumido la competencia exclusiva sobre el comercio interior, pero el Estado interviene para establecer las bases y la coordinación de la planificación general de la actividad económica (artículo 149.1.13 de la Constitución española).

La normativa estatal regula elementos importantes para las condiciones de competencia en el sector. Entre ellos cabe destacar los siguientes: ▷

- *El régimen de apertura, traslado o ampliación de establecimientos comerciales*, que se caracteriza por: (i) la inexigibilidad de licencia municipal de instalaciones, de funcionamiento o actividad para determinadas actividades (entre ellas, el comercio al por menor de productos alimenticios y bebidas en general) realizadas en establecimientos cuya superficie útil de exposición sea no superior a los 750 m<sup>2</sup> (umbral ampliable por las comunidades autónomas), dado que las licencias se sustituyen por declaraciones responsables o comunicaciones previas, y (ii) con carácter general, la no sujeción de la apertura, traslado o ampliación de establecimientos a régimen de autorización<sup>1</sup>.
- *Horarios y días de apertura*. El horario global en el que los comercios podrán desarrollar su actividad comercial en los días laborables de la semana se fija en 90 horas semanales como mínimo, que no podrán ser restringidas, pero sí incrementadas por las comunidades autónomas. El horario de apertura y cierre dentro de los días laborables de la semana será libremente decidido por cada comerciante, respetando siempre el límite máximo del horario global que, en su caso, se establezca por la comunidad autónoma. En cuanto a los domingos y días festivos, los comercios podrán permanecer abiertos al público un mínimo de dieciséis. Las comunidades autónomas pueden incrementar o reducir este número en atención a sus necesidades comerciales, pero en ningún caso pueden limitar el número de domingos y festivos de apertura autorizada por debajo de diez<sup>2</sup>.
- *Fijación de precios*. Los distribuidores minoristas pueden determinar libremente los precios de venta de los artículos en cumplimiento de la legislación de defensa de la libre y leal competencia. La ley, sin embargo, incluye determinados supuestos en los que el Gobierno estatal puede fijar los precios o los márgenes de comercialización de determinados productos, así como someter sus modificaciones a control o a previa autorización administrativa. Además, se establece que no se podrán realizar ventas al público con pérdida (venta con un precio inferior al de adquisición según factura o al coste efectivo de producción si el artículo hubiese sido fabricado por el propio comerciante) si estas se reputan desleales.
- *Otros aspectos relevantes*. La legislación estatal también establece unas reglas generales aplicables a todas las actividades de promoción comercial, distingue varios tipos de ellas y establece reglas específicas para cada uno. También incluye disposiciones relevantes sobre pagos a proveedores o sobre planificación urbanística.

Sobre la base de la regulación estatal, la normativa de las comunidades autónomas ▷

<sup>1</sup> No obstante, puede exigirse una autorización que se concede por tiempo indefinido cuando los establecimientos sean susceptibles de generar daños sobre el medioambiente, el entorno urbano, etc. Se excluyen expresamente el establecimiento de requisitos de naturaleza económica para la obtención de la autorización.

<sup>2</sup> Existen, no obstante, regímenes especiales bajo los cuales se pueden determinar con plena libertad los días y las horas de apertura comercial en todo el territorio nacional. Estos regímenes se aplican a determinados establecimientos, entre los cuales pueden destacarse los siguientes por su relevancia para el sector de distribución minorista de bienes de consumo diario: (1) los establecimientos dedicados principalmente a la venta de pan, pastelería y repostería, entre otros, (2) las tiendas de conveniencia, (3) las tiendas instaladas en estaciones y medios de transporte terrestre, marítimo y aéreo y en puntos fronterizos, (4) las tiendas instaladas en zonas de gran afluencia turística, y (5) los establecimientos de venta de reducida dimensión.

regula aspectos como los horarios comerciales y la declaración, a propuesta de los ayuntamientos, de las zonas de gran afluencia turística, las aperturas en domingos y festivos<sup>3</sup>, el régimen de autorizaciones para la apertura de establecimientos comerciales, que también presenta diferencias entre comunidades autónomas, y las actividades promocionales. El papel de las comunidades autónomas también es clave en otros elementos que condicionan la apertura de establecimientos comerciales minoristas, como la normativa de urbanismo.

Finalmente, en tanto que último eslabón de la cadena alimentaria, la distribución minorista está sujeta, además, a la normativa específica que regula las relaciones comerciales entre los distintos eslabones de dicha cadena<sup>4</sup>, que tiene, entre otros objetivos, el paulatino reequilibrio de las partes. Desde el punto de vista de la competencia, cabe destacar dos elementos que han sido analizados por la CNMC en distintos informes sobre proyectos normativos (CNMC, 2015, 2020): (i) el precio del contrato alimentario que tenga que percibir un productor primario debe ser, en todo caso, superior al total de costes asumidos por el productor o el coste efectivo de producción, y (ii) la inclusión en la ley de un catálogo de prácticas abusivas, algunas consideradas «negras»<sup>5</sup> (quedan prohibidas en todo

caso) y otras, «grises» (sólo son abusivas y están prohibidas en caso de que no se pacten expresamente por las partes de manera clara y sin ambigüedad en el contrato). En relación con las prácticas comerciales desleales, la CNMC se ha pronunciado: defiende luchar contra ellas dado que reducen la competencia, la eficiencia y la innovación e inciden negativamente sobre el bienestar de los consumidores, pero ha advertido también de que muchas prácticas comerciales que pueden ser desleales no tienen *per se* un efecto neto negativo sobre la eficiencia y la competencia, sino únicamente cuando concurren determinadas circunstancias de desequilibrio de poder negociador o falta de competencia. Por ello, ha considerado que, en ausencia de tales circunstancias, las prácticas comerciales suelen dar lugar a eficiencias y debe así evitarse un exceso de intervención contra tales prácticas.

### 3. Estructura de mercado

La distribución de gran consumo engloba la venta al por menor de una amplia gama de productos destinados al consumo diario de los consumidores finales, incluyendo la venta de productos alimentarios (alimentos, bebidas y tabacos, denominados genéricamente por su término en inglés *food goods*) y no alimentarios (productos de limpieza, perfumería, hogar, higiene, etc., o *near food goods*) en establecimientos minoristas de libre servicio.

Este formato contaba con 23.995 establecimientos en España a finales de 2022 y comprende los siguientes establecimientos minoristas de venta al público: hipermercados<sup>6</sup>, ▷

<sup>3</sup> El calendario de domingos y festivos de apertura comercial establecido para 2023 es de diez domingos y festivos de apertura para la mayoría de las comunidades autónomas, salvo algunas con un número superior como, entre otras, Andalucía o Castilla-La Mancha y con libertad de apertura plena, como la Comunidad de Madrid y la ciudad autónoma de Ceuta.

<sup>4</sup> La norma más relevante en este sentido es la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria.

<sup>5</sup> Entre ellas se encuentra, por ejemplo, la prohibición de destrucción de valor en la cadena, de forma que, tal y como establece el artículo 12 ter de la Ley 12/2013, cada operador de la cadena alimentaria (incluidos los distribuidores) «deberá pagar al operador inmediatamente anterior un precio igual o superior al coste de producción de tal producto en que efectivamente haya incurrido o asumido dicho operador. La acreditación se realizará conforme a los medios de prueba admitidos en Derecho». Por tanto, en la práctica, esta disposición se configura como una obligación del comprador de pagar un precio superior al coste de producción efectivo del operador del que adquiere el producto.

<sup>6</sup> Establecimientos con una superficie de venta de más de 2.500 m<sup>2</sup>.

supermercados<sup>7</sup> (formato que supone el 70 % de la superficie de venta en metros cuadrados del total del mercado<sup>8</sup>), los servicios de proximidad o tiendas de autoservicio<sup>9</sup> y las tiendas de descuento<sup>10</sup>. Se trata, así, de uno de los eslabones más importantes en la cadena agroalimentaria, desempeñando un papel esencial en la provisión de alimentos a los hogares españoles.

### 3.1. *Demanda de consumo y hábitos de compra*

La demanda de la distribución de gran consumo diario está configurada por los consumidores finales. Sus preferencias se ven influenciadas por factores demográficos, económicos y lugar de residencia, así como por la naturaleza de los productos (perecederos o no perecederos), etc., y evolucionan en respuesta a cambios en patrones laborales, condiciones económicas, tendencias culturales y sociales, así como innovaciones en la oferta de productos y servicios.

En España, el volumen de alimentos y bebidas comprados en 2022 se redujo un 8,8 % con respecto a 2021. Sin embargo, el gasto en alimentación de los hogares se ha mantenido relativamente estable (-0,9 %) debido al incremento del precio medio, el cual creció un 8,7 % respecto al año anterior (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022). Esta contracción de la demanda afectó de

forma significativa a las categorías de productos básicos. En la Figura 1 se muestra la evolución del consumo (C, en volumen expresado en kilos o litros) y la variación de precios (P) de ocho categorías de productos básicos.

En términos de categorías de productos, la composición de la cesta de la compra de los hogares se ha mantenido en 2022, pero con un menor peso en la cesta de la carne, el pescado, la fruta y las hortalizas con respecto a 2021 (Kantar Worldpanel, 2023). Además de la reducción en el consumo, el incremento de precios de los alimentos ha provocado cambios en los hábitos de compra de los consumidores, como el *downtrading*.

*¿Qué es el downtrading?*

El *downtrading* se refiere al fenómeno por el que los consumidores cambian sus hábitos de compra sustituyendo productos de mayor calidad por productos de menor calidad o de marcas más económicas. Dicho de otro modo, en la cesta de la compra los consumidores sustituyen los alimentos más caros, como productos frescos, pescado o carne, por alimentos procesados, enlatados u opciones más económicas de proteínas, como la carne de pollo. Asimismo, se produce un efecto sustitución de marcas por el cual los consumidores optan por las más económicas, como las marcas blancas o de distribuidor, reduciendo la compra de marcas más caras o «*premium*», y un efecto búsqueda mediante el cual los consumidores priorizan formatos de tienda más económicos para realizar su compra, como los hipermercados, los grandes supermercados o las tiendas de descuento, lo que puede expulsar a formatos con precios más elevados.

<sup>7</sup> Se puede diferenciar entre los grandes supermercados, con una superficie de venta de entre 1.000 m<sup>2</sup> y 2.500 m<sup>2</sup>, y los supermercados medianos, con una superficie de venta de entre 400 m<sup>2</sup> y 1.000 m<sup>2</sup>.

<sup>8</sup> Elaboración propia a partir de los datos de la base de datos de establecimientos de distribución alimentaria de Alimarket de 2022.

<sup>9</sup> Establecimientos con una superficie de venta inferior a los 400 m<sup>2</sup>.

<sup>10</sup> Formato de establecimiento cuya fórmula comercial se caracteriza por un surtido más limitado, la apuesta por la marca de distribuidor y una política de bajos precios.

**FIGURA 1**  
**EVOLUCIÓN DEL CONSUMO EN VOLUMEN (KILOS O LITROS) Y VARIACIÓN EN PRECIOS DE PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN BÁSICA**  
 (Comparativa enero de 2022 vs. enero de 2023)



Nota: C: incremento del consumo (%) en volumen (kilos o litros); P: variación en precio (%).

Fuente: CNMC (2023a) a partir del Análisis de consumo alimentario en los primeros meses de 2023, elaborado por Kantar Worldpanel (2023).

El *downtrading* también afecta a nivel de enseññas<sup>11</sup>, decantándose los consumidores por establecimientos con menores precios o diversificando su compra en distintas enseññas (comprando en cada tienda los productos que tengan un precio menor). Así, en 2022, los hogares españoles presentaron los siguientes cambios de hábitos de compra al adquirir productos alimentarios:

- El 49,5% de los consumidores compraba en diferentes tiendas para aprovechar los mejores precios (un 3,9% más que en el periodo anterior).
- El 62,7% de los consumidores afirmaba comparar precios entre diferentes marcas

antes de elegir una (un 5,1% más que en el periodo anterior).

Este tipo de comportamiento es común en tiempos de incertidumbre económica o elevada inflación, cuando los hogares deben contener su nivel de gasto en alimentos, y puede contribuir a moderar el impacto del incremento de precios en el gasto de los hogares.

### 3.2. La oferta de la distribución de gran consumo

La distribución de gran consumo está presente de forma directa en 3.487 municipios españoles, donde reside el 96,6% de los habitantes. Como resultado, en España la existencia ▷

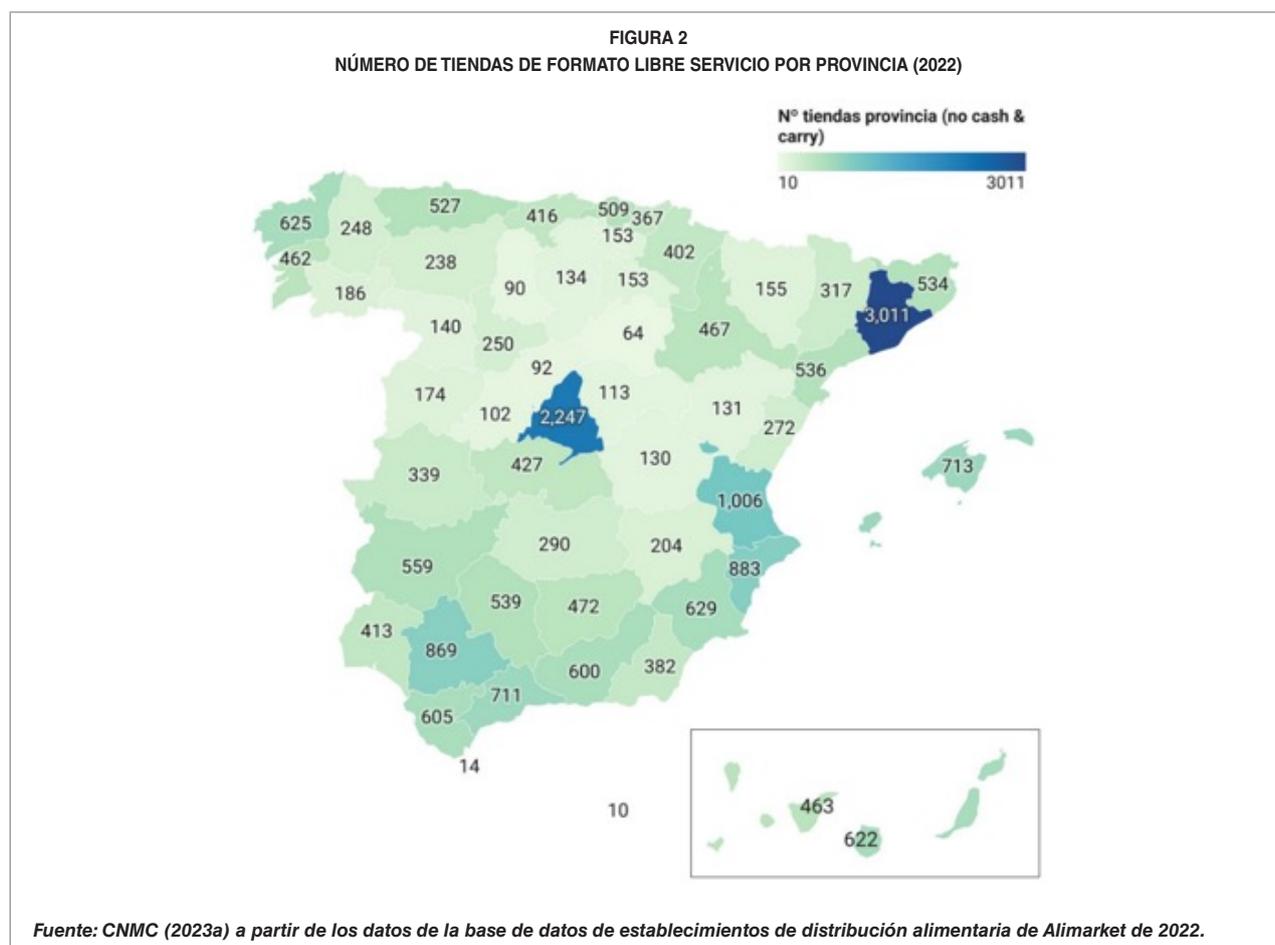
<sup>11</sup> Enseña se refiere al nombre comercial del establecimiento de distribución minorista. Por ejemplo, Mercadona, Carrefour o Gadisa.

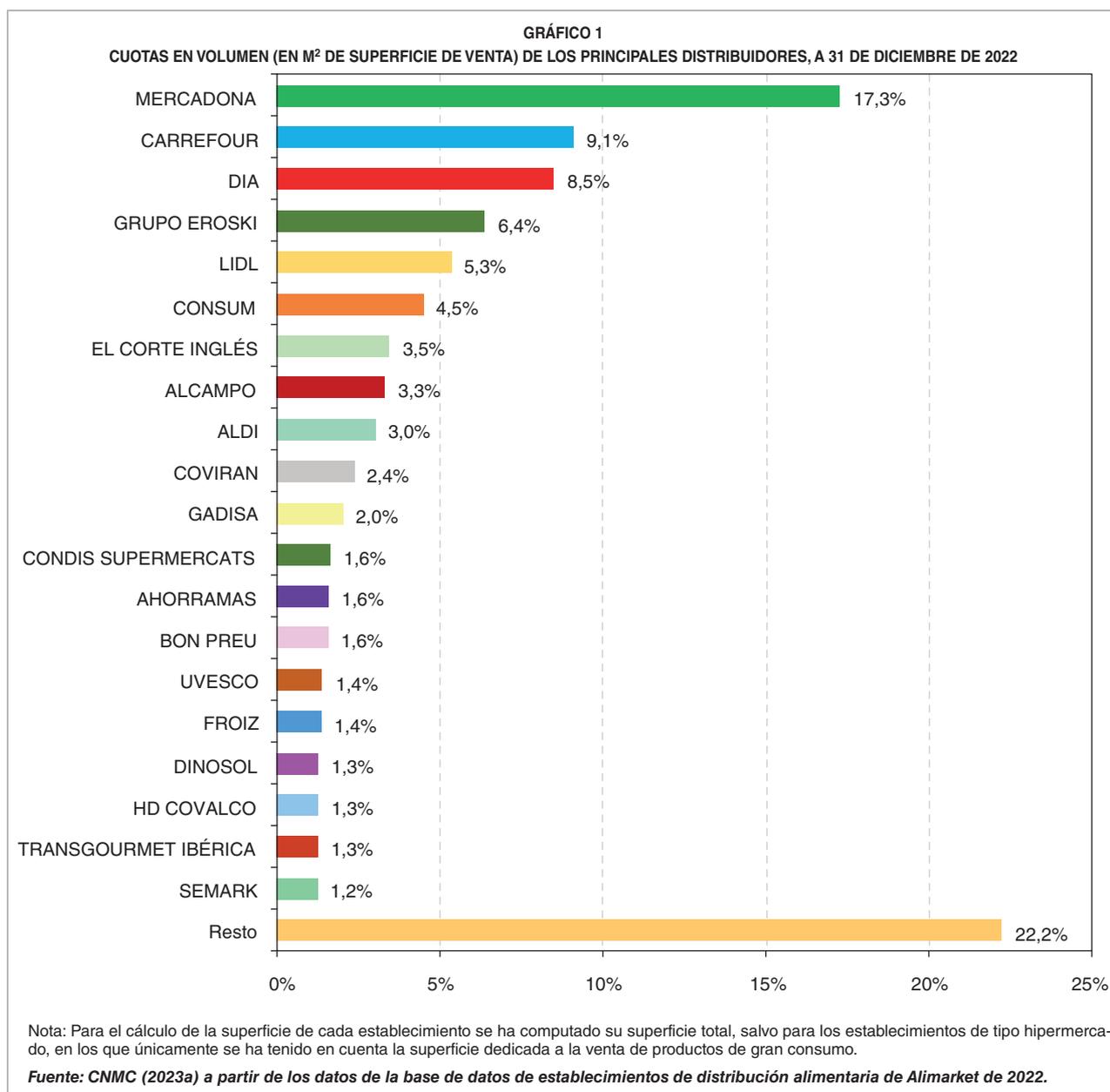
de «desiertos alimentarios» (Retail Data, 2022) es mínima. A nivel provincial, Barcelona (3.011 tiendas), Madrid (2.247 tiendas) y Valencia (1.006 tiendas) son las que tienen un mayor número de establecimientos de libre servicio, seguidas por las provincias andaluzas y las del Levante español.

A nivel de concentración del mercado, la consolidación de la gran distribución como canal de compra preferente para los consumidores ha estado acompañada por un aumento significativo en la concentración empresarial durante las dos últimas décadas. En la actualidad, Mercadona es el líder del mercado con un 17,3%, seguido de Carrefour y DIA, con un 9,1% y un 8,5%, respectivamente (Gráfico 1).

A nivel provincial, las cuotas agregadas de los cinco primeros operadores siguen siendo relativamente elevadas en la mayoría de las provincias españolas, oscilando entre el 54,3% de la cuota de Cuenca y el 95% de la ciudad autónoma de Ceuta, y existiendo un predominio de la concentración en el norte de la península ibérica y en el archipiélago canario. Sin embargo, solo en 10 de las 52 provincias españolas el distribuidor minorista con mayor cuota supera el 30%, no llegando en ninguno de los casos a superar el 40%.

Así, y pese a la relativa concentración del mercado y la existencia de un claro líder (Mercadona), en España existe un gran número de distribuidores minoristas con una presencia destacada en ciertas zonas ▷





geográficas. Tal es el caso, por ejemplo, de Alimerka, Lider Aliment, Semark, Consum, Gadisa, Bon Preu, Luis Piña, Supsa, Family Cash, Dinosol, Froiz, Cash Lepe, Fragadis o HD Covalco, entre otros. Estos distribuidores de carácter regional no solo han conseguido ser los líderes en 18 provincias españolas, sino que también han sido el principal motor de crecimiento en este mercado durante los últimos años.

#### 4. Competencia y traslación de la reducción del IVA a los precios alimentarios

En teoría económica, la traslación consiste en determinar cómo una variación exógena en cualquier elemento de oferta o de demanda se refleja finalmente en los precios finales de mercado y cómo se reparte entre los diferentes agentes, más allá de los inicialmente ▷



análisis teórico. En efecto, los trabajos arrojan resultados muy heterogéneos sobre cómo el nivel de competencia afecta al grado de traslación según el caso. En concreto, algunos autores han encontrado una relación positiva entre competencia y traslación —por ejemplo, Cabral *et al.* (2018) para el mercado de seguros médicos de Estados Unidos—, otros han llegado a la conclusión opuesta de una relación negativa —por ejemplo, Hindriks y Serse (2019) para el mercado de bebidas alcohólicas en Bélgica—, sin faltar los trabajos que no encuentran relación empírica entre competencia y traslación —Harju *et al.* (2018) para el mercado de restaurantes en Finlandia y Suecia—.

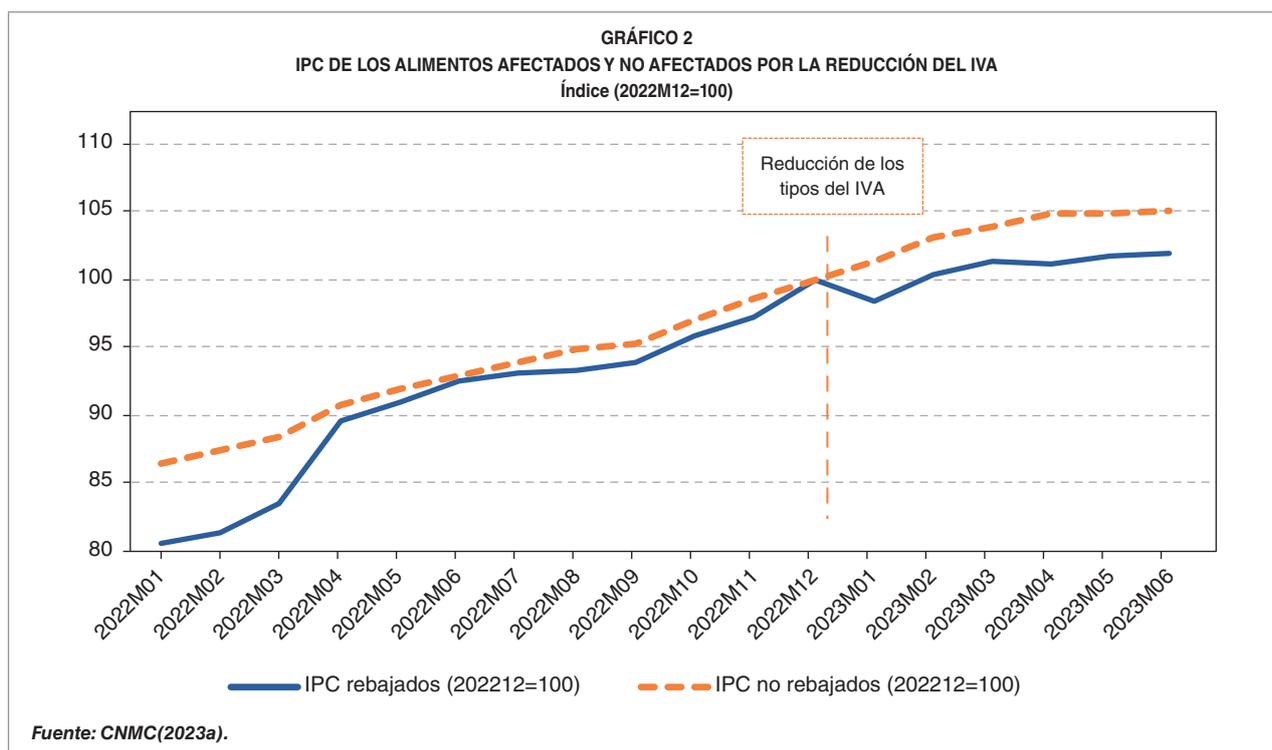
A continuación, vamos a examinar qué indican los datos sobre la traslación de la rebaja del IVA de alimentos básicos aplicada en España al inicio de 2023 según el estudio de la CNMC (2023a). Este análisis tiene carácter indicativo; es decir, se centra en las relaciones observadas entre los datos sin tratar de determinar estadísticamente la causalidad. A tal fin, lo primero es recopilar la información necesaria. En dicho estudio de la CNMC (2023a) se utilizan seis bases de datos diferentes, tanto de organismos públicos como privados, con la intención de tener una panorámica amplia de la cuestión. En concreto, los datos son del INE, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, de la Dirección General de Agricultura y Desarrollo Rural de la Comisión Europea y de consultoras privadas. A estas se le añade una base de datos creada por la CNMC específicamente para este estudio con más de 60.000 precios de alimentos recopilados de los principales distribuidores minoristas de gran consumo de España, para todas las provincias y entre diciembre de 2022 y mayo de 2023.

Para determinar si existió traslación de la bajada impositiva, el análisis no debe limitarse

a la variación de los precios de los productos afectados, ya que podrían darse subidas de precios, pero, si estas subidas fueran inferiores a las que hubieran tenido lugar de no existir la medida, la rebaja sí habría sido igualmente útil en su cometido de contener el encarecimiento. Por lo tanto, el estudio compara la evolución observada de los precios con la que hipotéticamente habría tenido en el caso de que no se hubiera aplicado esta medida. El reto de este tipo de análisis es realizar estimaciones razonables para aproximar cómo habrían sido los precios si no se hubiera aplicado la medida.

En el estudio de la CNMC (2023a) se utilizan tres enfoques distintos para hacer esas estimaciones. El primer enfoque parte del supuesto de que los precios se hubieran mantenido constantes de no haberse aplicado la rebaja. Esto resulta útil como referencia en el muy corto plazo, luego pierde realismo y relevancia, y tiene la ventaja de que coteja exactamente los mismos productos en los mismos supermercados. El segundo enfoque toma como referencia comparativa los precios de los productos afectados en las provincias sin IVA (Canarias, Ceuta y Melilla), ya que su evolución debería haber sido similar a la de las provincias con IVA en ausencia de la rebaja. El tercer enfoque compara alimentos afectados por la rebaja con otros alimentos no afectados, tanto a nivel agregado como contrastando productos específicos similares (por ejemplo, pan normal de barra, que sí está afectado, con pan de molde, que no lo está). Usando los tres enfoques, cada uno con sus ventajas y limitaciones, se puede obtener una perspectiva más completa sobre el funcionamiento de la medida.

El Gráfico 2 coteja la evolución entre el IPC de los alimentos afectados por la medida y los no afectados. En él se observa una ▷



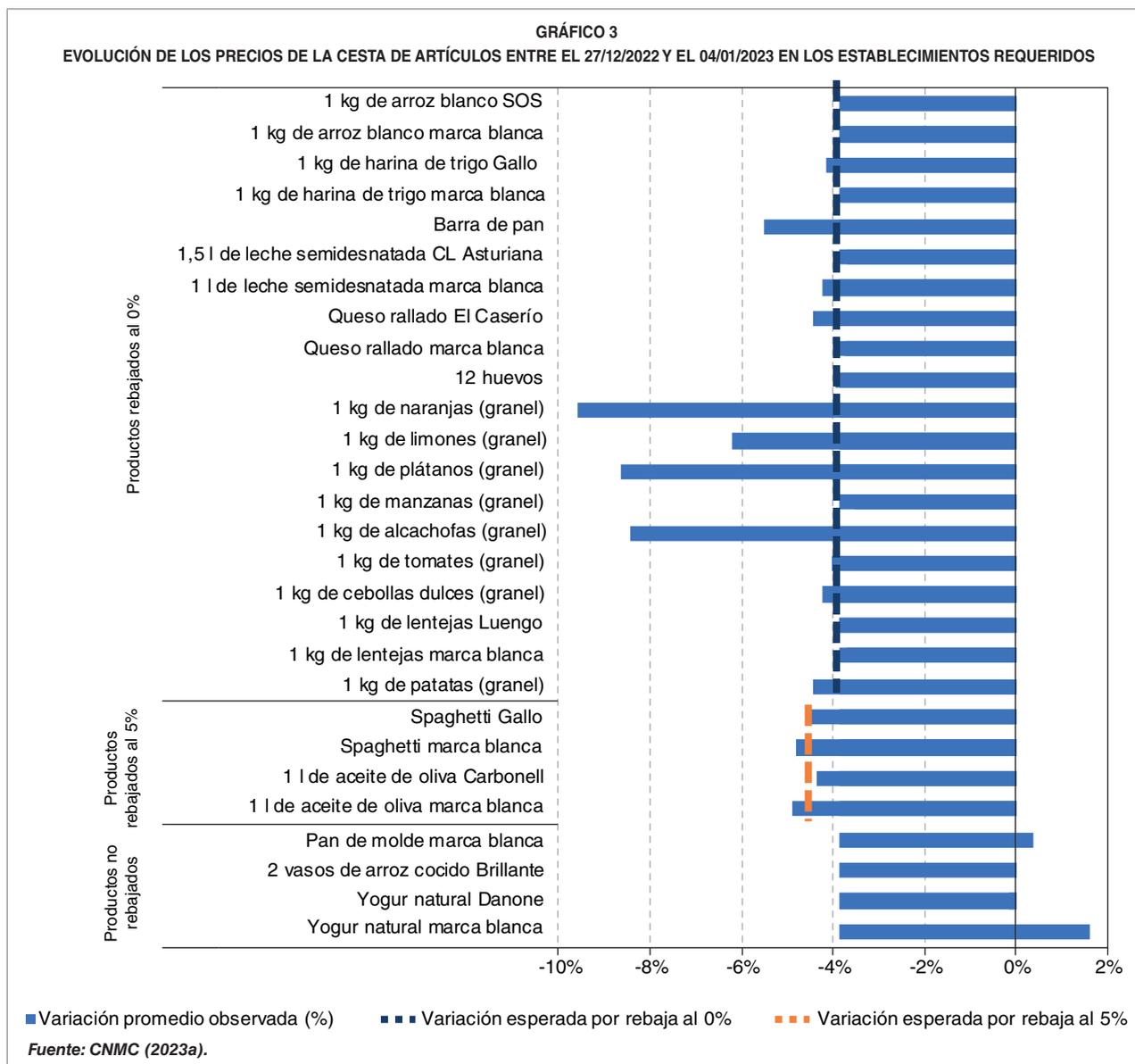
ruptura en el momento de introducción de la medida de coherencia con la rebaja aplicada, que se mantuvo en los siguientes meses. En el estudio de la CNMC (2023a) se repite este análisis desagregando por tipo de producto: se observa que los bienes afectados por la medida se abarataron en un promedio cercano al 2% entre diciembre de 2022 y enero de 2023, mientras que el resto de alimentos se encarecieron en algo más de un 1% en ese mismo periodo<sup>12</sup>.

Por otro lado, el Gráfico 3 se construye sobre la base de datos elaborada para este análisis por la CNMC y compara precios entre finales de 2022 y principios de 2023 de tres grupos de alimentos en las provincias con IVA: (i) aquellos que experimentaron una rebaja del

IVA del 4% al 0%, (ii) los que disfrutaron de una reducción del IVA del 10% al 5%, y (iii) alimentos que no se vieron afectados por la bajada impositiva y que pueden ser útiles como control. Este gráfico muestra que la reducción de precio de los dos primeros grupos encaja con la variación esperada si se hubiera aplicado completamente la rebaja, en contraste con los alimentos no rebajados que mantuvieron o aumentaron su precio. En el estudio de la CNMC (2023a) se muestra que, incluyendo las provincias sin IVA, y ampliando el marco temporal hasta mayo de 2023, la diferencia entre los dos primeros grupos y el tercero, en general, se mantuvo totalmente o en parte en el resto del periodo.

Para darle mayor riqueza al análisis, el estudio de la CNMC (2023a) examina la evolución de los precios a nivel provincial y, además, estima el nivel de competencia de cada provincia mediante un índice del grado de ▷

<sup>12</sup> El INE, además, también publica bases de datos del IPC a impuestos constantes desglosando por tipo de producto, en las que calcula cuál sería la evolución de los precios excluyendo las variaciones impositivas. La comparativa por tipo de producto entre el IPC observado por el INE y el IPC a impuestos constantes, disponible en el estudio de la CNMC (2023a), es similar a lo reflejado en el Gráfico 2.



concentración, el HHI. El resultado, en el Gráfico 4, de nuevo apunta a una moderación de los precios de los productos rebajados generalmente en línea o mayor de la esperada a raíz de la reducción del IVA, mientras que los alimentos no rebajados en general se mantienen o encarecen. Además, no se aprecia que el grado de cumplimiento de la medida haya sido distinto según el nivel de concentración registrado en las distintas provincias.

En el estudio de la CNMC (2023a) se repite el análisis anterior a partir de distintas bases de datos y también se realiza a nivel municipal, por grupo de distribución y desagregado por tipo de alimento. Todos los casos apuntan hacia la misma conclusión: en general la medida dio lugar a una contención de la subida del nivel de precios coherente con lo que cabría esperar a partir de la rebaja del IVA. ▷

## 5. Conclusiones

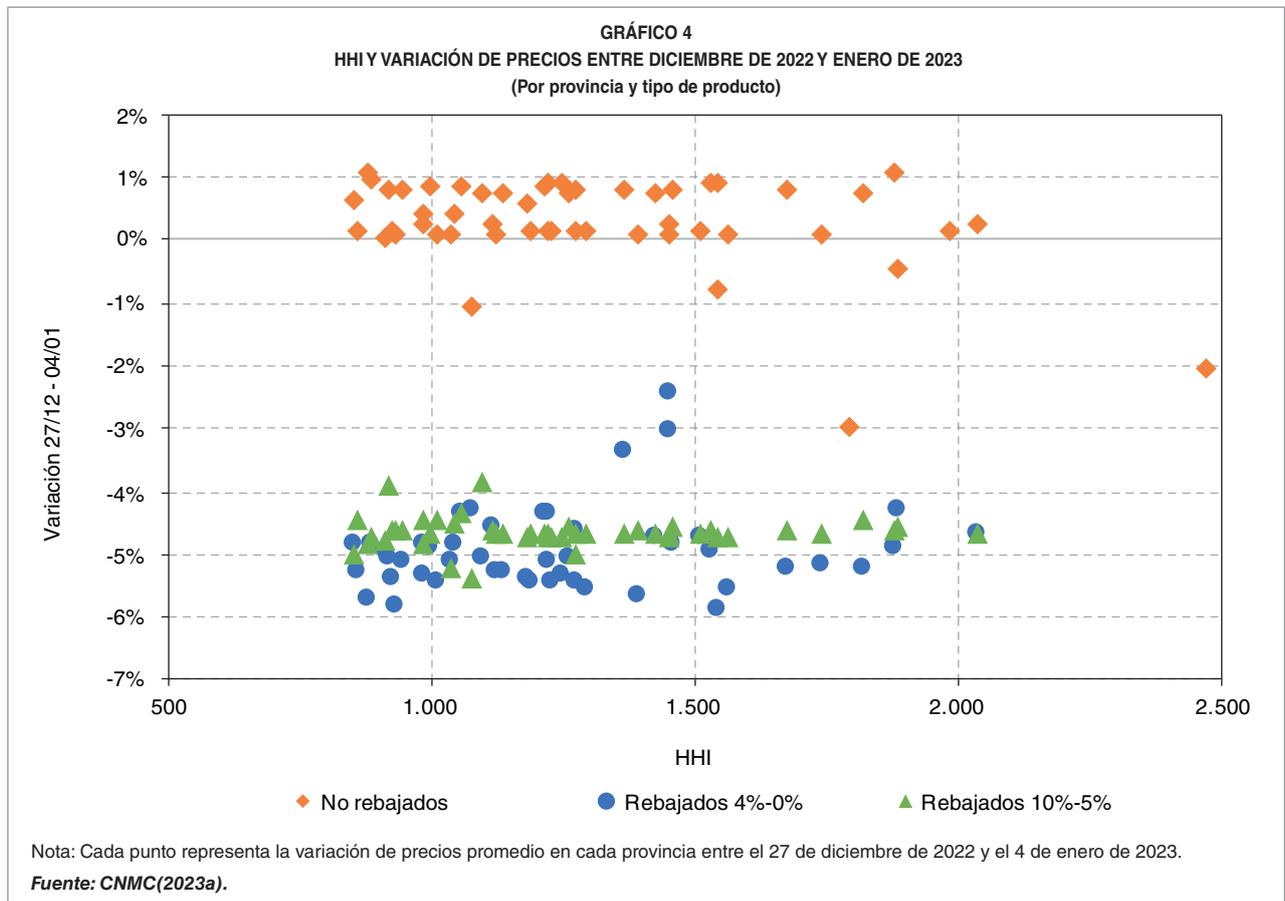
En el contexto actual de aumento del precio de los alimentos, el estudio de la distribución minorista de gran consumo resulta de especial relevancia. El análisis recientemente realizado por la CNMC (2023a) muestra una cierta concentración en las provincias españolas y también los cambios que se han producido recientemente en el volumen de alimentos y bebidas comprados, así como en los hábitos de compra de los consumidores.

El análisis indiciario de la CNMC de la traslación de la rebaja del IVA de determinados alimentos concluye que los distribuidores minoristas, en general, redujeron los precios finales de los productos afectados tras la rebaja del IVA introducida en enero de 2023. Además, no

se detectaron indicios sistemáticos de falta de traslación impositiva. Al considerar, de forma indiciaria, la posible influencia de la concentración empresarial sobre la traslación, el estudio de la CNMC ha concluido igualmente que, a partir de los datos disponibles, no se observa que los diferentes niveles de concentración entre provincias o municipios afectaran al grado de reducción de los precios finales tras la citada medida.

Más allá de la aplicación de medidas concretas, cabe señalar que la CNMC ha reiterado que, en general, contar con mercados eficientes y competitivos es una herramienta útil para ayudar a contener la inflación y para proteger el poder adquisitivo de los hogares<sup>13</sup>. Esto ▷

<sup>13</sup> Más detalle en la *Guía «Competencia frente a la inflación»* de la CNMC, aprobada en julio de 2023.



incluye especialmente a los hogares de menor renta, que pueden verse especialmente perjudicados por las alzas de precios de los alimentos y a los que puede beneficiar particularmente la promoción de la competencia y la regulación eficiente para impulsar un crecimiento inclusivo que contrarreste las pérdidas de poder adquisitivo que pueda generar la inflación (Tobías Peña y Camba Crespo, 2021).

## Bibliografía

- Alimarket. (2022). *Base de datos de Distribución Alimentaria en España*.
- Almunia, M., Martínez, J., & Martínez, A. (2023). La reducción del IVA en los alimentos básicos: evaluación y recomendaciones. *EsadeEcPol Brief*, (36). <https://doi.org/10.56269/20230328/MA>
- Banco de España. (2023). Informe trimestral de la economía española. 1.º trimestre de 2023. *Boletín Económico-Banco de España*, (1). <https://doi.org/10.53479/29810>
- Cabral, M., Geruso, M., & Mahoney, N. (2018). Do Larger Health Insurance Subsidies Benefit Patients or Producers? Evidence from Medicare Advantage. *American Economic Review*, 108(8), 2048-2087. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.20151362>
- Comisión Nacional de la Competencia. (2011). *Informe sobre las relaciones entre fabricantes y distribuidores en el sector alimentario*. [https://www.cnmc.es/sites/default/files/1186011\\_7.pdf](https://www.cnmc.es/sites/default/files/1186011_7.pdf)
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. (2015). *INF/CNMC/003/15. Informe sobre la propuesta de acuerdo sobre el Código de buenas prácticas mercantiles en la contratación alimentaria*. <https://www.cnmc.es/expedientes/infcnmc00315>
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. (2020). *IPN/CNMC/015/20 Informe sobre el Anteproyecto de Ley por la que se modifica la Ley 12/2013, de 2 de agosto, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria*. [https://www.cnmc.es/sites/default/files/3127002\\_3.pdf](https://www.cnmc.es/sites/default/files/3127002_3.pdf)
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. (2023a). *Estudio sobre la traslación de la reducción del IVA en el sector alimentario E/CNMC/003/23*. <https://www.cnmc.es/sites/default/files/4840416.pdf>
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. (2023b). *Guía «Competencia frente a la inflación»*. <https://www.cnmc.es/guia-competencia-frente-a-la-inflacion>
- Harju, J., Kosonen, T., & Skans, O. N. (2018). Firm Types, Price-Setting Strategies, and Consumption-Tax Incidence. *Journal of Public Economics*, 165, 48-72. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2018.06.006>
- Hindriks, J., & Serse, V. (2019). Heterogeneity in the tax pass-through to spirit retail prices: Evidence from Belgium. *Journal of Public Economics*, 176, 142-160. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2019.06.009>
- Kantar Worldpanel. (2023). *Kantar. Análisis del consumo alimentario en los primeros meses de 2023*. [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/observatorio-cadena/analisisdeconsumo-yprecios\\_tcm30-648579.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/observatorio-cadena/analisisdeconsumo-yprecios_tcm30-648579.pdf)
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2023). *Informe del consumo de alimentación en España 2022*. [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/informe-consumo-2022-baja-res\\_tcm30-655390.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/informe-consumo-2022-baja-res_tcm30-655390.pdf)
- RBB Economics. (2014). *Cost pass-through: theory, measurement, and potential policy implications – A report prepared for the Office of Fair Trading*. [https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a74a3a940f0b619c86593b8/Cost\\_Pass-Through\\_Report.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a74a3a940f0b619c86593b8/Cost_Pass-Through_Report.pdf)
- Retail Data. (2022). *I Informe de la Distribución Alimentaria de Proximidad en España 2021*.

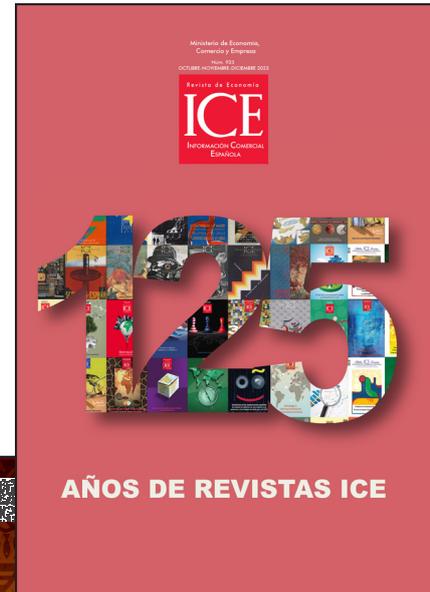
Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados. [https://www.asedas.org/wp-content/uploads/2022/07/Observatorio-Distribución-Proximidad\\_Junio\\_22\\_OKK.pdf](https://www.asedas.org/wp-content/uploads/2022/07/Observatorio-Distribución-Proximidad_Junio_22_OKK.pdf)

Tobías Peña, L., & Camba Crespo, A. (2021). Competencia y regulación eficiente para impulsar un crecimiento inclusivo. *Boletín Económico de ICE*, (3141). <https://doi.org/10.32796/bice.2021.3141.7320>

**Información Comercial Española  
Revista de Economía**

*4 números anuales*

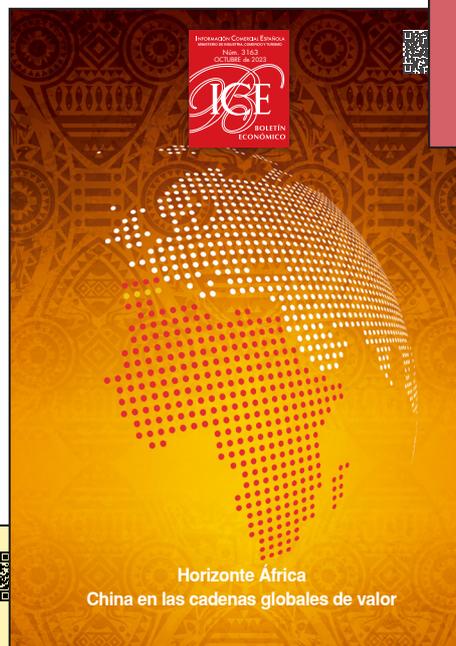
Artículos originales sobre un amplio espectro de temas tratados desde una óptica económica, con especial referencia a sus aspectos internacionales



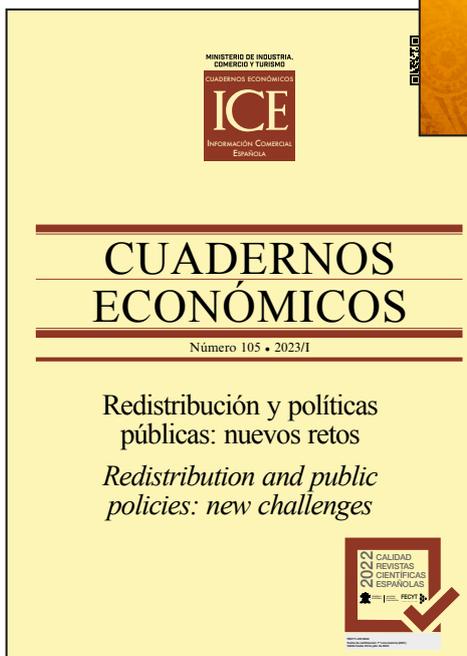
**Boletín Económico  
de Información Comercial Española**

*12 números anuales*

Artículos y documentos sobre economía española, comunitaria e internacional, con especial énfasis en temas sectoriales y de comercio exterior



En  
**INTERNET**



**Cuadernos Económicos  
de ICE**

*2 números anuales*

Artículos de economía teórica y aplicada y métodos cuantitativos, que contribuyen a la difusión y desarrollo de la investigación



*Juan Ramón Izquierdo Álvarez-Buylla\**

## ALGUNOS FACTORES RELACIONADOS CON EL COMERCIO ACTUAL DE LOS ACEITES DE OLIVA

En este artículo se comentan algunos aspectos relacionados con el flujo comercial de los aceites de oliva en la actualidad. Se realiza una pequeña introducción con objeto de aclarar qué se entiende por el término aceite de oliva y cuáles son los aceites incluidos en dicho término. Se analizan las causas de la fuerte subida de precios que se ha producido en el último año fundamentalmente y se ponen de manifiesto dos restricciones al comercio que se encuentran en la actual legislación, una encuadrada en las dos normas internacionales vigentes, la del COI y la del Codex Alimentarius, y la otra en un reglamento comunitario.

**Palabras clave:** aceite de oliva virgen extra, aceite de oliva lampante, aceite de oliva refinado, aceites de semillas refinados, costes de producción, mezclas de aceites vegetales.

**Clasificación JEL:** F55, Q13, Q18.

### 1. Introducción

Vivimos de un tiempo a esta parte en circunstancias económicas que han hecho que se hable en los medios de comunicación bastante más de lo habitual del aceite de oliva. Y se habla, fundamentalmente, porque sus precios de venta al público se han elevado en unas dimensiones desconocidas por el gran público hasta hace bien poco.

Sin embargo, y con objeto de dimensionar adecuadamente el tema de este artículo, es necesario saber que cuando se habla del aceite de oliva, una parte importante de los ciudadanos

desconoce que el término en sí engloba varios tipos de aceite y no solo uno. Por ello, parece interesante realizar una introducción sobre el tema, con objeto de aclarar cuál es la situación actual en lo que concierne a las denominaciones de los aceites que componen el nombre genérico de aceite de oliva.

En primer lugar, existe una diferencia que puede llamar la atención al consumidor, y es por qué existen unos aceites cuya denominación contiene el adjetivo «virgen», como el aceite de oliva virgen, y otros contienen el adjetivo «refinado», como el aceite refinado de girasol, el refinado de soja o el aceite de oliva refinado, si bien este último no se encuentra disponible en el comercio.

La respuesta a esta cuestión, que puede parecer nimia pero no lo es, implica una ▷

---

\*Oleicultor.

Versión de diciembre de 2023.

<https://doi.org/10.32796/bice.2023.3165.7692>

gran diferencia entre unos aceites y otros. Veamos cuál es esa diferencia. El Codex Alimentarius define los aceites vírgenes como aquellos que se obtienen, sin modificar el aceite, *por procedimientos mecánicos* y por aplicación únicamente de calor, y pueden ser depurados, únicamente, por lavado, sedimentación, filtración y centrifugación. Es decir, un aceite virgen es aquel que se ha obtenido por medios físicos, y no químicos, lo cual es una diferencia no menor, y que sólo ha sido sometido a su «depuración» para eliminar cuerpos extraños, únicamente utilizando agua, la sedimentación por gravedad, la filtración o la centrifugación. El procedimiento mecánico para la extracción del aceite de oliva virgen que se utiliza en la actualidad es la centrifugación, pues la presión, prácticamente, ha desaparecido.

El aceite de oliva virgen es un aceite que cumple esas características. Puesto que en la extracción de los aceites vírgenes está permitido el uso del calor, el hecho de no utilizarlo es un plus de calidad muy importante, ya que el calor es un elemento que afecta negativamente al aceite virgen, pues puede eliminar su fragancia (sus componentes volátiles) y acelerar los procesos de oxidación. Por el contrario, el rendimiento industrial de extracción del aceite aumenta con el calor al disminuir su viscosidad. Por esa razón, y dentro del ámbito de su comercialización, se hace importante resaltar que los aceites de oliva vírgenes comestibles de alta calidad se extraen sin la utilización del calor, de ahí que se utilicen frases como «prensado en frío», si la fuerza mecánica ha sido la presión; o bien «extracción en frío», si la fuerza utilizada ha sido la centrifugación u otra de tipo físico, como la extracción parcial, que, al igual que la presión, en la actualidad es prácticamente inexistente.

Los aceites vegetales, en general, pueden proceder de dos fuentes, a saber: los frutos oleaginosos, por un lado, como la aceituna y la palma, por ejemplo; o bien las semillas oleaginosas, como el girasol, la soja o la colza, por ejemplo, por otro.

Para su extracción, es mucho más sencillo extraer el aceite de un fruto que de una semilla, de ahí que con el aceite de oliva virgen se utilice la centrifugación. Sin embargo, la extracción del aceite de una semilla oleaginosa es algo más complicada. Hay una parte del aceite que puede extraerse por presión, entre un 30% y un 40% del contenido total en el caso del aceite de girasol, siendo necesaria la utilización del calor para el acondicionamiento de las semillas. El resto del aceite, hasta el 100% del contenido en la semilla, es necesario extraerlo con disolventes orgánicos, normalmente el hexano técnico, que posteriormente es eliminado en su totalidad. Este aceite, así obtenido, se denomina aceite crudo de la semilla correspondiente y no es apto para el consumo tal cual se obtiene.

En la actualidad es posible comercializar directamente en España el aceite de semillas obtenido únicamente por presión, aunque su venta es minoritaria y el precio, elevado. Sin embargo, el aceite obtenido por extracción con disolventes es necesario que sea sometido al proceso de refinación como paso previo ineludible a su posterior comercialización.

De acuerdo con lo indicado, un aceite se denomina refinado cuando ha sido sometido a un proceso industrial purificador llamado refinación, que implica una serie de tratamientos industriales que lo convierte en aceite procesado. Así, un aceite de semillas refinado, como la soja, el maíz o el girasol, ha sido sometido a dos procesos diferentes: por un lado, la extracción con disolventes y, por otro, la refinación. ▷

## 2. Los aceites de oliva

En el campo, las aceitunas de los olivos son recolectadas y transportadas a las almazaras (molinos de aceite), donde son limpiadas, lavadas y trituradas, con objeto de formar una pasta de aceitunas de la cual se va a extraer, por procedimientos exclusivamente físicos, el *aceite de oliva virgen*. Se puede considerar, por lo tanto, a este producto como el jugo de la aceituna, entendiendo como jugo la parte esencial de la aceituna. Es, pues, un producto natural con cualidades fisicoquímicas, terapéuticas y nutricionales que hacen de él el mejor aceite que existe.

Puesto que este producto se obtiene de la aceituna por procedimientos mecánicos, se caracteriza por dos cualidades que lo hacen único, y que son, por un lado, la presencia de compuestos de la aceituna disueltos en él, que se ha demostrado científicamente desde hace tiempo que son altamente beneficiosos para la salud y, por otro, que posee características organolépticas propias que provienen de las aceitunas, que hacen de él un producto altamente fragante y con sabores propios, a diferencia de los aceites refinados, que son neutros organolépticamente hablando.

Las características del aceite de oliva virgen van a depender, lógicamente, de cómo era el estado inicial de las aceitunas cuando se recogieron en el olivar. En este estado inicial se incluyen el grado de madurez, si la aceituna es recogida en el árbol o bien se ha caído y es recogida del suelo, que no haya sido deteriorada por plagas o enfermedades, su limpieza, etc.

Si el estado higiénico-sanitario y los correspondientes métodos de recolección y extracción y almacenamiento del aceite han sido los adecuados, el jugo obtenido reflejará en toda su naturaleza las características de las aceitunas

de partida. Este es el denominado *aceite de oliva virgen extra*, también denominado AOVE en muchas publicaciones. Si, por el contrario, las aceitunas de partida tenían algún tipo de defecto, sea cual fuere, o el método de extracción o almacenamiento no han sido los correctos, de idéntica forma el aceite obtenido reflejará esas condiciones. Si los defectos son pequeños, normalmente imperceptibles por el consumidor medio, y los atributos positivos permanecen, como en el caso del AOVE, tenemos el denominado aceite de oliva virgen, en adelante AOV, de categoría y precio inferior al anterior, lógicamente.

Cuando las aceitunas recolectadas están sobremaduras, o bien han caído al suelo y han estado en contacto un tiempo con la tierra, o bien las aceitunas han sufrido fermentaciones, algún tipo de enfermedad o plaga, o el propio proceso de extracción ha fallado, lógicamente las características del aceite virgen obtenido reflejarán esas condiciones, lo cual va a impedir su directa comercialización consecuentemente. Este aceite virgen deteriorado, que no puede llegar al consumidor y, en consecuencia, ser comercializado, se denomina *aceite de oliva lampante*. Dicho aceite debe ser «rectificado» posteriormente con objeto de eliminar todos aquellos compuestos disueltos en su interior que lo deterioran e impiden que llegue al consumidor.

La remoción, o rectificación, de todos aquellos compuestos que hacen que el aceite de oliva lampante sea un producto defectuoso, se realiza mediante el proceso industrial denominado «refinación», tras el cual se obtiene un producto neutro, sin las características organolépticas de los aceites vírgenes, que se denomina *aceite de oliva refinado*. Este aceite refinado, por razones que se comentarán más adelante, no puede ser presentado al consumidor tal ▷

cual es obtenido, sino que debe presentarse mezclado con aceite de oliva virgen o virgen extra. El producto obtenido así se denomina *Aceite de oliva-contiene exclusivamente aceites de oliva refinados y aceites de oliva vírgenes*, AOC en adelante, que es una denominación de producto muy poco atractiva desde un punto de vista comercial pero que se mantiene así debido al deseo de la Comisión Europea de hacer conocer al consumidor que se trata de un producto mezcla de dos tipos de aceite de oliva, virgen y refinado.

Hay diversos tipos de AOC, ya que dependerá de la cualidad y cantidad de los dos aceites que compongan la mezcla. Obviamente, es un producto de categoría inferior a los dos citados en primer lugar, al tratarse de una mezcla de un producto procesado, el aceite de oliva refinado, y de aceite de oliva virgen o virgen extra.

Así, por lo tanto y como resumen, los aceites de oliva que el consumidor va a poder encontrar en el comercio son tres:

- Aceite de oliva virgen extra.
- Aceite de oliva virgen.
- Aceite de oliva-contiene exclusivamente aceites de oliva refinados y aceites de oliva vírgenes.

En lo que se refiere al consumo de estos tres productos en España, y de acuerdo con el *Informe Anual del Consumo Alimentario 2022*, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2023), el AOC posee una cuota del 35% en volumen, seguido del AOVE, con una cuota del 29%, si bien en valor este último es superior a aquel al ser un producto de mucha más calidad y tener, en consecuencia, un precio sensiblemente más elevado. Les sigue el AOV, con una cuota del 6,5% del aceite consumido.

A título informativo, hay que indicar que el otro gran aceite consumido en España es el aceite refinado de girasol, con una cuota de mercado del 26,3%.

### 3. Aumento de precio ¿por qué?

Como se ha indicado al principio, durante los dos últimos años el precio del aceite de oliva virgen no ha dejado de aumentar. Esto, obviamente, tiene repercusión también en el precio del aceite de oliva refinado y en el precio de su mezcla con aceite de oliva virgen, el AOC.

Podemos preguntarnos, entonces, el porqué de esta subida. Tomando como referencia el aceite de oliva virgen extra, AOVE, y el aceite de oliva refinado, base para el AOC, y de acuerdo con los datos del [Consejo Oleícola Internacional](#) (COI) actualizados a octubre de este año (International Olive Council, 2023), el precio del aceite de oliva virgen extra en origen, concretamente en Jaén, uno de los principales lugares de referencia comercial, ha aumentado un 80,2% respecto al mismo periodo del año anterior, y el precio del aceite de oliva refinado lo ha hecho en un 81,2%.

Existen múltiples factores que justifican esta subida tan elevada, y que, lamentablemente, han coincidido todos a la vez, generándose una situación insólita. A continuación, se intentará ir desgranando todos estos factores.

En primer lugar, hay que recordar que nos encontramos en una economía de mercado, en la cual actúa el binomio oferta y demanda. Por lo tanto, lo primero que hay que considerar es que si el precio del aceite de oliva virgen sube es porque hay poca oferta de él en el mercado. De hecho, es así, y es porque en España la producción de aceite en la cosecha 2021/2022 fue de 1.493.008 toneladas, mientras que la ▷

producción en la cosecha 2022/2023 fue de 648.712 toneladas (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2022), es decir, hubo una reducción del 56,6% de la producción, aceite que, por lo tanto, no entró en el circuito comercial y, consecuentemente, redujo la oferta a más de la mitad. Las leyes del mercado hicieron el resto.

Ahora bien, cabe preguntarse el porqué de esa drástica reducción en la producción de aceite virgen disponible y que tanto ha afectado a los precios de venta finales. Ciertamente, existe un cúmulo de factores que, además, han interaccionado todos entre sí, lo cual ha desembocado en la situación actual.

El primero de ellos han sido las condiciones climáticas que incidieron el año pasado durante la primavera, que es cuando se produce la floración del olivo. Aquellas condiciones afectaron al olivar de dos maneras. Por un lado, las elevadas temperaturas que se registraron en las zonas de mayor producción de aceite de oliva virgen, que impidieron que la flor cuajara y produjera aceitunas. Por otro lado, la dura sequía que se viene padeciendo en España en los últimos años, que condujo a que gran parte de las aceitunas que lograron fructificar se secaran finalmente y no se produjera el rendimiento industrial esperado de aceite en las almazaras. La consecuencia de todo ello es conocida.

Dentro de las causas que han afectado al precio simultáneamente con la reducción de la producción tenemos todas las que se han producido en España en las actuales circunstancias económicas y que están relacionadas casi todas ellas con los costes de producción.

La primera de ellas es el coste de los insumos. De acuerdo con el estudio de la cadena de valor del aceite de oliva virgen que la Asociación Española de Municipios del Olivo

(AEMO, de ahora en adelante) ha actualizado, en noviembre de este año, el coste de los fertilizantes y el de los fitosanitarios se ha incrementado en más de un 70% (Penco Valenzuela, 2023).

Veremos que estos costes de los insumos, cuyo uso varía poco independientemente de la cosecha, puesto que el olivar ha de ser tratado siempre, van a afectar de manera directa al precio final del producto dependiendo de la cantidad de la producción que se obtenga.

Por otro lado, el coste de la energía se ha elevado casi en un 40%. Estos costes comprenden el gasóleo y la electricidad, que han afectado tanto a los productores de aceite de oliva virgen como a las almazaras y, por supuesto, a la industria del aceite de oliva.

Estas dos subidas y, nuevamente, de acuerdo con el estudio realizado por AEMO, han incrementado los costes de producción del aceite de oliva virgen en un 32%, lo cual significa que se ha pasado de un precio unitario en 2020 de 2,42 €/kg a uno de 3,20 €/kg en 2023. En este sentido, es muy interesante la nota del Banco de España denominada «La traslación del aumento de los costes de producción a los precios de venta de las empresas no financieras en 2022» (Blanco Escolar *et al.*, 2023), ya que trata este asunto en profundidad.

El promedio de la producción de aceite de oliva virgen en España desde la campaña 2006/2007 hasta la campaña 2020/2021 ha sido de 1.359.978 t, habiendo tenido un pico de 1.790.308 t en la campaña 2018/2019 y un valle de 652.687 t en la campaña 2012/2013. Todos estos costes de producción están calculados para una campaña promedio. Ahora bien, una situación como la que se ha producido en la campaña anterior, que, recordemos, ha sido de 648.712 t, hace que, evidentemente, los costes se hayan disparado. Esta reducción en el ▷

volumen de producción respecto a la media de 1.359.978 t supone un 48 %, que hace que el precio medio unitario esta campaña haya pasado a ser de 6,7 €/kg, es decir, más de un 100 %, concretamente un 108 % en relación con la campaña anterior.

Sin embargo, estos datos deben de ser matizados, porque han sido calculados suponiendo que el olivar español es homogéneo en todo el territorio oleícola, algo que no es así, como se va a explicar a continuación.

España es un país muy rico en lo que se refiere a su geografía y, por eso, existen olivares muy diversos, los de montaña y los de campiña, por ejemplo. Con objeto de obtener una aproximación mejor a la cuantía de lo que el precio ha subido es necesario tener en cuenta los tipos de olivares que existen en nuestro país, cuyos costes de producción, desde un punto de vista económico, son bastante diferentes.

Existen diversas formas de clasificar los olivares. En primer lugar, se pueden clasificar en dos grandes grupos dependiendo del agua utilizada para sus funciones, secano y regadío, por ejemplo. Otra forma de clasificarlos es según sea el cultivo. Así, existe el tradicional, por un lado, en el que los olivos están plantados en marcos bastante amplios, con objeto de proporcionar espacio suficiente para que el árbol se desarrolle con soltura y esté bien aireado y soleado por todas las partes.

Por otro lado, está el cultivo intensivo, donde los marcos de plantación son menores y, en consecuencia, el número de olivos es mayor y la producción de aceite es bastante más elevada. Y, puesto que los costes de producción de los cultivos intensivos son menores, su rentabilidad es mayor.

Los cultivos intensivos pueden reducir aún más el espacio entre olivos, llegándose al

cultivo superintensivo, donde los olivos forman setos, de ahí que también se conozca este tipo de práctica como cultivo en seto, fácilmente mecanizable. Los costes de producción de este tipo de cultivo son los menores de todos ellos.

De acuerdo con lo indicado, se puede hacer la siguiente clasificación de los tipos de olivar en función de si es tradicional o intensivo:

- Olivar tradicional:
  - De montaña y de secano.
  - De pendiente moderada y de secano.
  - De pendiente moderada y regadío.
- Olivar intensivo:
  - Secano.
  - Regadío.
  - Seto.

Los precios de producción varían mucho dependiendo del tipo de olivar, yendo de los 10,03 €/kg del olivar tradicional de montaña de alta pendiente, que es de secano, a los 3,03 €/kg del olivar en seto, que es de regadío. Ponderando los costes de todos estos tipos de olivar llegamos al valor real de la subida del aceite de oliva virgen extra en Jaén, que en el último año ha sido del 80,2 %, según indica el COI (2022) en sus estadísticas.

A todo lo expuesto hay que añadir un factor adicional que ha influido decisivamente en la escasez del aceite de oliva, en general, y en el aceite de oliva virgen en particular, y que es el reducido enlace de campaña que ha habido el pasado año. Se denomina así al aceite almacenado desde que termina una campaña y comienza la siguiente. Normalmente, es decir, en tiempos de producción normales, este enlace suele estar entre las 500.000 y las 600.000 t, cantidad suficiente para abastecer el consumo interno durante una campaña, el cual viene estando en cifras similares. Sin ▷

embargo, el año pasado el citado enlace de campaña estuvo por debajo de las 250.000 t, algo menos de la mitad de un año normal, lo cual incrementó la baja oferta de aceite en el mercado y la subida de precios consiguiente.

Otros factores económicos, que han influido en la situación en la que nos encontramos en la actualidad, han sido el contexto inflacionista que en nada ha ayudado a la contención de los precios y la subida del salario mínimo interprofesional, que ha afectado directamente a los costes de mano de obra que, en el campo y durante la recogida de la aceituna, son importantes.

No han ayudado, tampoco, ni la fiscalidad, que no ha dejado de aumentar, y en la que, a título de ejemplo, destaca el impuesto al plástico recientemente aplicado, ni las tradicionales trabas burocráticas de la Administración en general cuando se acometen nuevos proyectos.

Por último, es necesario citar, también, un problema estructural que no pertenece exclusivamente al olivar, sino a la agricultura en general, y que no es otro que la falta de agua. Es evidente que este es un factor que depende de la naturaleza y que el ser humano no puede controlar todo lo que desearía, de modo que uno de los objetivos a alcanzar es que los cultivos dependan lo menos posible de los factores ambientales. Esto no se puede conseguir en gran parte, pero sí se puede minimizar con una gestión adecuada del agua.

En lo que se refiere al olivar, es evidente que, si el agua fuera suficiente, la producción sería mayor, con lo que se podrían reducir algo los efectos de las sequías que padece nuestro país. En este sentido, es necesario un pacto nacional del agua que trasvase agua de las cuencas excedentarias a las que son deficitarias, de acuerdo con el principio de solidaridad interterritorial, pero, lamentablemente, ese pacto todavía no se ha conseguido.

#### 4. El caso del aceite de oliva refinado y sus mezclas

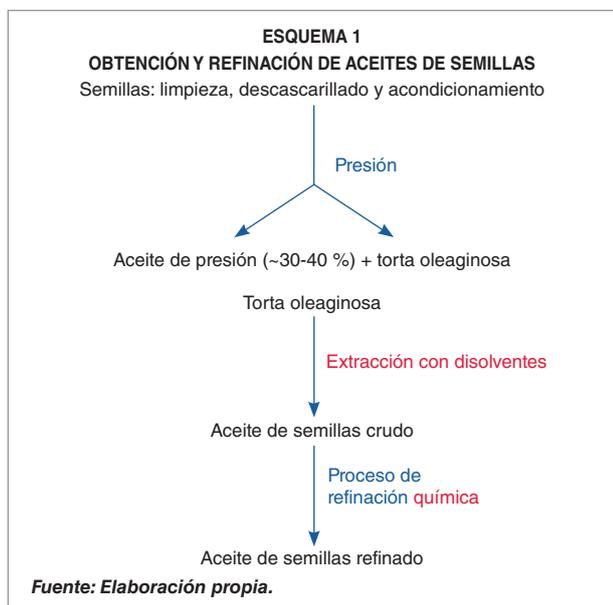
Hay dos últimos aspectos a comentar en este artículo sobre el comercio de los aceites de oliva. El primero de ellos es el extraño caso de la comercialización, o, mejor dicho, no comercialización, del aceite de oliva refinado. Ya se ha comentado con anterioridad que el proceso de refinación del aceite de oliva virgen de peor calidad, el denominado aceite de oliva lampante, tiene por objeto remover todos aquellos componentes que lo hacen no apto para el consumo y conseguir, de esta manera, el aceite de oliva refinado que todas las normas internacionales consideran apto para el consumo.

Un aceite refinado es, por definición, un producto neutro, no sólo en lo que se refiere a sus características organolépticas, sino a la práctica ausencia de otros componentes indeseables, como ácidos grasos libres, ácidos grasos oxidados, restos de pesticidas, etc. Es, por lo tanto, un producto perfectamente apto para el consumo directo, pues no existen elementos objetivos que indiquen lo contrario. Es el caso del aceite de oliva refinado y el de los aceites de semillas refinados, como los aceites de girasol, colza, soja, maíz, etc.

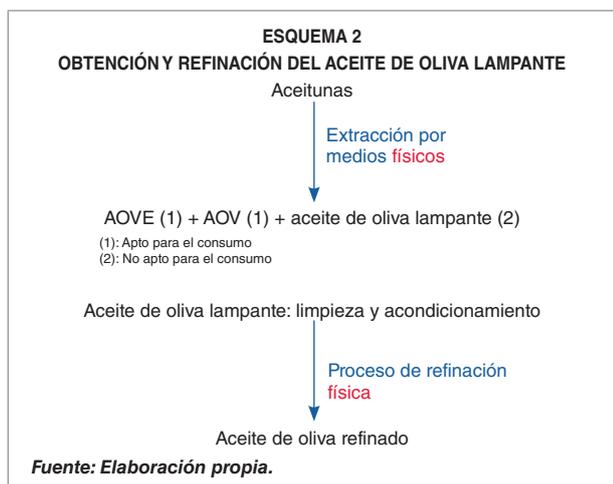
Antes de continuar con este asunto, es necesario precisar y explicar por qué y remarcar que, de entre todos los aceites refinados que se presentan en el mercado, el aceite de oliva refinado es el mejor de todos, con diferencia, por dos razones fundamentales: su proceso de obtención y su composición de ácidos grasos.

Con objeto de comprender mejor lo que se trata de señalar, es mejor explicar, muy someramente, cómo son los procesos industriales que producen ambos productos. A continuación, se expone un esquema muy básico de ▷

ambos procesos industriales, el primero de ellos, el del aceite de semillas de girasol refinado (Esquema 1).



Por otra parte, el proceso para obtener aceite de oliva refinado se muestra en el Esquema 2.



Las diferencias más importantes entre ambos procesos son dos, y están señaladas en rojo. La primera de ellas, en lo que concierne al aceite de girasol, es que la obtención del aceite que se encuentra en la torta oleaginosa se realiza mediante la extracción con disolventes

orgánicos, principalmente con hexano técnico. Este disolvente es, posteriormente, eliminado y no quedan trazas de él. Por el contrario, ni el aceite de oliva lampante cuando es obtenido en la almazara ni el aceite de oliva refinado están nunca en contacto con ningún tipo de disolvente orgánico.

La segunda diferencia, en lo que se refiere al proceso de obtención, se encuentra en el proceso mismo de la refinación. Mientras que la refinación del aceite de girasol utiliza la neutralización química para la eliminación de los ácidos grasos libres, utilizando sosa diluida para ello, la refinación del aceite de oliva lampante se realiza prácticamente siempre mediante la neutralización física, que no requiere de sosa diluida en ningún momento.

Es necesario subrayar, al igual que antes, que una vez finalizado el proceso de refinación no quedan rastros de la sosa diluida, por lo que no encarna peligro alguno para el consumidor.

La segunda razón que hace que el aceite de oliva refinado deba ser considerado de un nivel superior a los aceites de semillas refinados se refiere a su composición de ácidos grasos. La del aceite de oliva refinado es idéntica a la del aceite de oliva virgen. Esta composición se caracteriza por ser variada y fundamentalmente monoinsaturada, lo cual tiene dos peculiaridades. En primer lugar, es muy saludable desde el punto de vista médico y, en segundo lugar, es muy resistente a los procesos de oxidación de los ácidos grasos, que, en términos prácticos, significa que es un aceite más estable frente al deterioro oxidativo, que se manifiesta como rancidez.

Por el contrario, los aceites procedentes de semillas oleaginosas son aceites poliinsaturados, lo que los hace más fácilmente oxidables y, en consecuencia, son menos estables frente a los procesos oxidativos y se enrancian con más facilidad. ▷

Así, el aceite de oliva refinado tiene, por un lado, una composición de ácidos grasos más favorable que la de los aceites de semillas y, además, es más estable frente a la oxidación. Esto último tiene la ventaja de que, al ser utilizado en la cocina, se puede freír a mayor temperatura, acortando el tiempo de la fritura y, por lo tanto, el contacto del alimento con el aceite, además de otras ventajas que no se van a enumerar aquí por no ser el objeto del artículo.

Es bien cierto que en las últimas décadas han aparecido en el mercado los aceites refinados de semillas con alto contenido de ácido oleico, los denominados «alto oleico», que son mucho más estables frente a los procesos oxidativos que los aceites de semillas normales y, por ello, se venden a precios superiores. Este tipo de aceites proceden de la hibridación de semillas seleccionadas con objeto de obtener aceites con un muy elevado contenido de ácido oleico, monoinsaturado, que, en muchos casos, es superior al 90%, en detrimento, en consecuencia, del resto de ácidos grasos. Sin embargo, es necesario puntualizar que la función metabólica de sus ácidos grasos ha quedado disminuida, al no contener otros ácidos grasos que constituían el aceite y que tienen, también, una función metabólica determinada.

Así pues, y tras esta larga introducción que tiene por objeto subrayar que el mejor aceite refinado en la actualidad es el de oliva, se pasa al asunto que se desea exponer, y que afecta al comercio nacional.

La norma comercial internacional más importante en lo que se refiere a los aceites de oliva es la del Consejo Oleícola Internacional, seguida de la del Codex Alimentarius. En nuestro caso, la Unión Europea imita la del COI, al ser su miembro más

importante, y la traspone en sus reglamentos relacionados con el aceite de oliva y, por lo tanto, sus criterios son los que se adoptan en nuestro país.

Pues bien, la Norma Comercial del COI (2022) define como comestible el aceite de oliva refinado, en su apartado 2.1.2. Sin embargo, en una nota a pie de página, la número 2, indica literalmente que «este producto sólo puede ser vendido directamente al consumidor si está permitido en el país de venta al por menor».

Esta nota a pie de página, en principio, es difícil de entender, por dos razones. La primera es que parece una obviedad que no se pueda comercializar directamente el aceite de oliva refinado si el país que lo importa no lo permite, de ahí que no quede claro cuál es el verdadero significado de la nota. Una interpretación de la misma pudiera ser que, de manera indirecta, se reconozca que un país miembro de la organización internacional pueda prohibir su venta para consumo directo en su mercado interno, puesto que la norma internacional lo declara como apto para el consumo directo.

La segunda razón es que, al aceptarse en una norma internacional que un país miembro pueda prohibir su uso para consumo directo, se priva y perjudica, sin una razón objetiva aparente, a los operadores nacionales de buscar nichos de consumo diferentes a los actuales del aceite de oliva, como es el mercado de los aceites refinados.

La consecuencia de todo ello es que, al consumidor, en vez de ofertarle aceite de oliva refinado directamente, se le va a ofrecer el AOC en sustitución de aquel, que es un producto esencialmente igual, pero con un nombre diferente y a un precio superior, puesto que la mezcla contiene aceite de oliva virgen. ▷

En una economía de libre mercado, como en la que estamos, mantener esta nota a pie de página no favorece el comercio de los aceites de oliva que, por principio, busca, o debe buscar, nuevos mercados para expandirse, por lo que una buena oportunidad de mejora para todos podría ser la supresión de dicha nota.

Hay un último aspecto comercial que es interesante mencionar en este artículo, también en relación con el comercio de los aceites de oliva, y que no es otro que el comercio de la mezcla de diferentes tipos de aceite vegetal.

Estas mezclas están permitidas por la UE, que, en el apartado 1 del artículo 3 del Reglamento Delegado (UE) 2022/2104 de la Comisión, de 29 de julio de 2022, indica que solo se pueden mezclar con otros aceites vegetales los aceites de oliva comercializables, a saber: el AOVE, el AOV y el AOC. Obsérvese que no se incluye el aceite de oliva refinado para poder ser mezclado con otros aceites refinados, de peor calidad, como se ha visto. Sin embargo, esta prohibición no se aplica al AOVE, que es el mejor aceite de todos y se vende a un precio superior. La consecuencia es que todas las mezclas de aceites vegetales con aceite de oliva deberían poseer características organolépticas (que solo poseen los vírgenes y el AOC), algo que distorsiona el posible mercado de estos aceites, que se caracterizan por ser neutros desde un punto de vista organoléptico. En este asunto hay un añadido importante, y es que no existe ninguna manera de poder verificar si esas características organolépticas son las de un AOVE, un AOV o un AOC, o, por el contrario, las de un aceite de oliva lampante, ya que no existe un método de análisis oficial para hacer una valoración organoléptica de estos aceites-mezcla. Por lo tanto, el riesgo de incumplimiento es elevado.

Ítem más, en el apartado 3 de dicho artículo se indica lo siguiente:

Los Estados miembros podrán prohibir la producción en su territorio, para consumo interno, de las mezclas de aceite de oliva y otros aceites vegetales contempladas en el apartado 1. Sin embargo, no podrán prohibir la comercialización en su territorio de tales mezclas procedentes de otros países y no podrán prohibir la producción en su territorio de tales mezclas con vistas a su comercialización en otro Estado miembro o a su exportación. (Reglamento Delegado (UE) 2022/2104)

Es decir, que las empresas españolas no pueden producir en su país estas mezclas si el Estado miembro así lo determina, excepto que sea para exportación, pero sí lo pueden producir en un país vecino y venderlo aquí.

La toma en consideración de esta extraña excepción, por parte de los Estados miembros que así lo hagan, perjudica a los operadores, en un ámbito donde se respira el libre comercio, lo cual perjudica gravemente el flujo comercial de las empresas afectadas y, por supuesto y en última instancia, al consumidor, al que se priva del acceso a esos productos que, en un momento determinado, como el actual, le pudiera ser interesante adquirir libremente.

La supresión de estas dos singularidades podría suponer una importante oportunidad para mejorar el flujo comercial de los aceites de oliva en nuestro país, y, por ende, en la UE. Se requerirá de una sosegada reflexión por parte de las partes implicadas, la Comisión Europea incluida, porque, como se ha indicado, perturban más que auxilian al comercio, sin motivos objetivos que lo justifiquen. ▷

## Bibliografía

- Blanco Escolar, R., Khametshin, D., Menéndez Pujadas, Á. y Mulino Ríos, M. (2023). La traslación del aumento de los costes de producción a los precios de venta de las empresas no financieras en 2022. *Boletín Económico/Banco de España*, (2023/T3), 1-13. <https://www.bde.es/f/webbe/SES/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/BoletinEconomico/23/T3/Fich/be2303-art11.pdf>
- Consejo Oleícola Internacional. (2022). *Norma comercial aplicable a los aceites de oliva y los aceites de orujo de oliva, COI/T.15/NC n.º 3/Rev. 19*. <https://www.internationaloliveoil.org/wp-content/uploads/2023/10/NC-REV-19-ESP.pdf>
- International Olive Council. (2023). *Olive oil Prices – October 2023 update*. <https://www.internationaloliveoil.org/wp-content/uploads/2023/11/IOC-prices-rev-0-1-2022-2023.html>
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2022). *Superficies y producciones anuales de cultivos*. <https://www.mapa.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas-agrarias/agricultura/superficies-producciones-anuales-cultivos/>
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2023). *Informe del consumo de alimentación en España 2022*. [https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/informe-consumo-2022-baja-res\\_tcm30-655390.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/informe-consumo-2022-baja-res_tcm30-655390.pdf)
- Penco Valenzuela, J. M. (2023). *Aproximación a los Costes del Cultivo del Olivo. Desarrollo y Conclusiones del Estudio AEMO*. Asociación Española de Municipios del Olivo. <https://www.aemo.es/slides/slide/estudio-aemo-de-costes-cultivo-olivo-2023-266/download>
- Reglamento Delegado (UE) 2022/2104 de la Comisión, de 29 de julio de 2022, por el que se completa el Reglamento (UE) n.º 1308/2013 del Parlamento Europeo y el Consejo, en lo que respecta a las normas de comercialización del aceite de oliva, y por el que se derogan el Reglamento (CEE) n.º 2568/91 de la Comisión y el Reglamento de Ejecución (UE) n.º 29/2012 de la Comisión. *Diario Oficial de la Unión Europea*, n.º 284, de 4 de noviembre de 2022. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2022-81606>

## Página web

- International Olive Council. <https://www.internationaloliveoil.org/>

SUSCRÍBETE A LA NEWSLETTER DE REVISTAS ICE  
Y RECIBE TODAS LAS NOVEDADES EN TU CORREO



# NORMAS DE PUBLICACIÓN

Se recomienda a los autores consultar la página web del grupo de revistas de *Información Comercial Española* (Revistas ICE), donde aparecen publicados los artículos en formato electrónico y se recogen los principios y políticas editoriales de publicación ([www.revistasice.com](http://www.revistasice.com)).

1. Los originales se remitirán a la dirección de correo electrónico [revistasice.sccc@mincotur.es](mailto:revistasice.sccc@mincotur.es). También pueden enviarse a través de la página web de Revistas ICE.
2. Solo se aceptan trabajos originales no publicados previamente ni en proceso de evaluación en otra revista. Mientras no reciban notificación de su rechazo o los retiren voluntariamente, los autores no enviarán los originales a otros medios para su evaluación o publicación.
3. El equipo editorial podrá rechazar un artículo, sin necesidad de proceder a su evaluación, cuando considere que no se adapta a las normas, tanto formales como de contenido, o no se adecúe al perfil temático de la publicación.
4. Las contribuciones se enviarán en formato Microsoft Word. En un archivo Excel independiente se incluirá la representación gráfica (cuadros, gráficos, diagramas, figuras, etcétera), que debe llevar título, estar numerada y referenciada en el texto. En la parte inferior se incluirán la fuente de información y, en su caso, notas aclaratorias.
5. La extensión total del trabajo (incluyendo cuadros, gráficos, tablas, notas, etcétera) no debe ser inferior a 15 páginas ni superior a 20 (aproximadamente entre 5.000 y 6.000 palabras). La fuente será Times New Roman, tamaño 12, espaciado doble y paginado en la parte inferior derecha.
6. Cada original incluirá, en una primera página independiente, el título del artículo que deberá ser breve, claro, preciso e informativo y la fecha de conclusión del mismo. Nombre y apellidos del autor o autores, filiación institucional, dirección, teléfono y correo electrónico de cada uno de ellos.
7. En la primera página del texto se incluirá:
  - El título.
  - Un resumen del trabajo con una extensión máxima de 10 líneas (aproximadamente 150 palabras) con la siguiente estructura: objetivo, método y principal resultado o conclusión.
  - De 2 a 6 palabras clave que no sean coincidentes con el título.
  - De 1 a 5 códigos de materias del Journal of Economic Literature (clasificación JEL) para lo cual pueden acceder a la siguiente dirección electrónica:  
<https://www.aeaweb.org/jel/guide/jel.php>
8. El texto del artículo seguirá la siguiente estructura: introducción, desarrollo, conclusiones y bibliografía. Si hubiera anexos, se insertarán tras la bibliografía y deberán llevar título.
9. Los apartados y subapartados se numerarán en arábigos respondiendo a una sucesión continua utilizando un punto para separar los niveles de división, según el siguiente modelo:
  - 1. Título del apartado**
    - 1.1. Título del apartado**
      - 1.1.1. Título del apartado
10. Las notas a pie de página irán integradas en el texto y su contenido debe estar al final de su misma página en tamaño 10 y espacio sencillo.
11. Las ecuaciones y expresiones matemáticas irán centradas y, en su caso, la numeración irá entre corchetes y alineada a la derecha.
12. La forma de citación seguirá los criterios de la última versión de las normas de la American Psychological Association (APA) que se pueden consultar en la siguiente dirección <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines>
13. Las referencias a siglas deben ir acompañadas, en la primera ocasión en que se citen, de su significado completo.
14. Al final del texto se recogerá la bibliografía utilizada, ordenada alfabéticamente según las Normas APA. Se recuerda que siempre que el artículo tenga DOI, este se deberá incluir en la referencia. Se pueden consultar las normas generales y ejemplos de las referencias más frecuentes en <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines/references/examples>

Formato y ejemplos de las referencias más frecuentes:

### **Libro**

Apellido, A. A. y Apellido, B. B. (Año). *Título*. Editorial o URL

Pilling, D. (2019). *El delirio del crecimiento*. Taurus.

Freud, S. (2005). *Psicología de las masas y análisis del yo*. <https://doi.org/10.1007/97-0-387-85784-8>

### **Capítulo de libro**

Apellido, A. A. y Apellido, B. B. (Año). Título del capítulo o la entrada. En C. C. Apellido (Ed.), *Título del libro* (pp. xx-xx). Editorial o URL

Gilmartín, M. A. (2008). Ambientes escolares. En J. A. Aragonés y M. Américo (Eds.), *Psicología ambiental* (pp. 221-237). Pirámide.

### **Publicaciones periódicas**

Apellido, A. A., Apellido, B. B. y Apellido, C. C. (Año). Título del artículo. *Nombre de la revista*, volumen(número), pp-pp. <https://doi.org/xxx>

Castañeda Naranjo, L. A. y Palacios Neri, J. (2015). Nanotecnología: fuente de nuevos paradigmas. *Mundo Nano. Revista Interdisciplinaria en Nanociencias y Nanotecnología*, 7(12), 45-49. <https://doi.org/10.22201/ceiich.24485691e.2014.12.49710>

### **Informe oficial en web**

Organismo. (Año). *Título del informe*. <http://www...>

Fondo Monetario Internacional. (2019). *Global Financial Stability Report*. <https://www.imf.org/en/Publications/GFSR/Issues/2019/10/01/global-financial-stability-report-october-2019>

### **Working Paper o Documento de trabajo**

Apellido, N. N. (año). *Título del documento de trabajo* (Documento de trabajo n° xxx). Nombre del editor. URL

Deming, D., & Dynarski, S. (2008). *The lengthening of childhood* (NBER Working Paper n.º 14124). National Bureau of Economic Research. <https://www.nber.org/papers/w14124>

### **Periódico en línea**

Apellido, N. (fecha completa). Titular del artículo en el periódico. *Nombre del periódico en cursiva*. <https://www.direccion.de/recuperacion-para-el-lector/>

Carreño, L. (9 de febrero de 2020). La disputa gremial por los aranceles a las prendas de vestir. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/economia/la-disputa-gremial-por-los-aranceles-las-prendas-de-vestir-articulo-903768>

### **Ley/Reglamento**

Título de la ley. *Publicación*, número, fecha de publicación, página inicial-página final. <http://www.boe.es...>

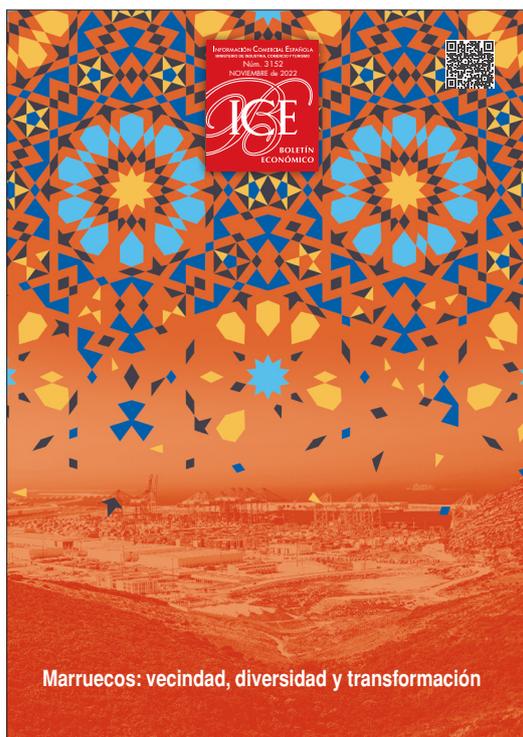
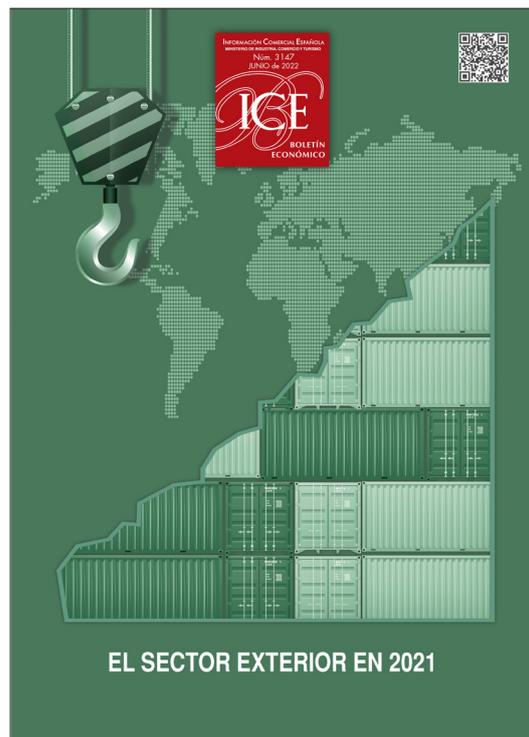
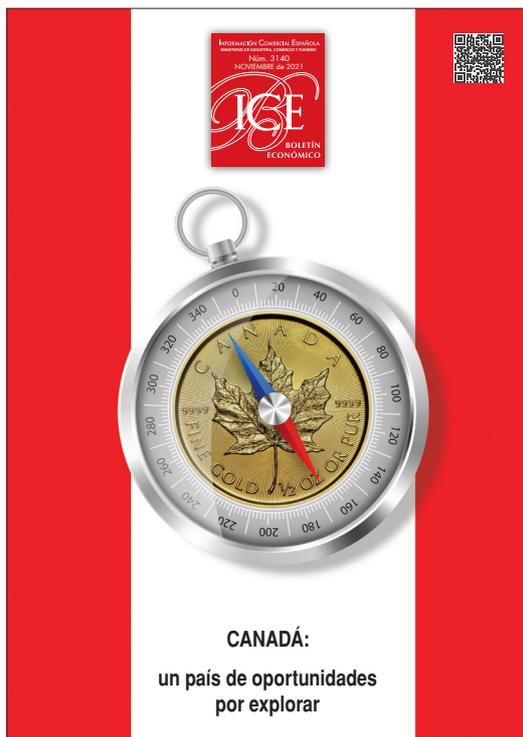
Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa. *Boletín Oficial del Estado*, n.º 295, de 10 de diciembre de 2013, pp. 97858 a 97921. <https://www.boe.es/boe/dias/2013/12/10/pdfs/BOE-A-2013-12886.pdf>

### **Orden de la lista de referencias bibliográficas**

Las referencias se ordenan alfabéticamente y, en caso de varios trabajos realizados por el mismo autor/a, el criterio es el siguiente:

- Primero los trabajos en los que el/la autor/a figura solo/a. Correlativos de año más antiguo a año más actual de publicación.
- Segundo, aquellos trabajos colectivos en los que el/la autor/a es el/la primero/a. Correlativos por fecha.
- Tercero, en caso de coincidencia exacta de autor y fecha, debe citarse cada trabajo añadiendo una letra a la fecha. Ej.: 2014a, 2014b, etc.

## ÚLTIMOS MONOGRÁFICOS PUBLICADOS



BOLETÍN ECONÓMICO

# ICE

INFORMACIÓN COMERCIAL  
ESPAÑOLA

ISSN 0123-3769 03165



9 1770123376801 • 7 €+IVA



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE ECONOMÍA, COMERCIO  
Y EMPRESA

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE COMERCIO

U  
23