



# Líder en legumbres



Marca Calidad

ENALSA: Polígono Industrial de León  
ONZONILLA - LEÓN  
Tel.: 987 - 20 17 11 - 20 54 59; Fax: 987 - 21 18 58

OFICINA CENTRAL: C/ Rosario Pino, 14 - 16. Pta 17  
28020 MADRID  
Tel.: 91 - 571 05 58 ; Fax: 91 571 96 08

garbanzos han ido perdiendo protagonismo en su condición de siembra alternativa a los cereales en amplias zonas de cultivos herbáceos de nuestro país, a pesar de que todos los agricultores conocen a la perfección los beneficiosos efectos que tienen las legumbres en cuanto cultivos que actúan como nutrientes naturales del suelo, enriqueciendo las propiedades de la tierra para siembras posteriores.

Entre esas razones hay que incluir, en primer lugar, la falta de procesos de investigación que habieran facilitado incrementos sustanciales en los rendimientos y la calidad de los cultivos, cuyo origen radica, entre otros factores, en la ausencia de un sector industrial fuerte y capaz de fomentar esa labor; junto a los efectos de la absoluta liberalización del mercado exterior que supuso el ingreso de España en la Comunidad Europea, que facilitó un inmediato desequilibrio del mercado español.

Así se explica que, desde la incorporación de España a la actual Unión Europea, Estados Unidos y Canadá, con



aplicación de economías de escala, o zonas como Turquía y Marruecos, con bajos costes de mano de obra, comenzasen a plantar cara a la producción española de legumbres, en condiciones

de competitividad difícilmente alcanzables por el garbanzo, la lenteja o la alubia nacionales, de mayor calidad, pero con unos costes de producción muy superiores.

CUADRO Nº 1  
SERIE HISTORICA DE SUPERFICIE Y PRODUCCION DE LEGUMBRES

	ALUBIAS		LENTEJAS		GARBANZOS	
	Superficie (Miles Ha.)	Producción (Miles Tn.)	Superficie (Miles Ha.)	Producción (Miles Tn.)	Superficie (Miles Ha.)	Producción (Miles Tn.)
1980	137	80,8	69,9	56,1	90,1	60,7
1981	128	78,1	70,5	21,7	83,5	33,2
1982	119	73,3	64,9	30,1	78,9	47,1
1983	119	76,6	64,6	36,7	90,8	49,4
1984	103	75,8	62,0	44,6	91,7	61,9
1985	103	70,8	60,9	48,5	90,3	57,3
1986	104	76,8	66,6	40,7	90,4	57,8
1987	102	72,3	94,1	54,4	89,4	64,3
1988	92	61,2	68,1	47,3	72,7	53,9
1989	88	56,4	46,8	30,1	64,0	47,4
1990	82,3	52,8	45,3	26,4	62,2	62,1
1991	76,6	49,2	42,5	20,2	53,0	39,0
1992	72,7	43,1	34,1	10,2	40,3	32,9

Elaboración propia.  
FUENTE: Ministerio de Agricultura.

## MERCADO A LA BAJA

La combinación de todos los factores apuntados está incidiendo, por tanto, en la ya mencionada tendencia a la baja en el mercado español de legumbres, como se confirma, en su evolución más reciente, con los últimos datos disponibles en el momento de elaborar este informe, relativos a 1992, cuando el mercado de legumbres español –entendiendo por tal el volumen de producción más el déficit de la balanza exterior– experimentó una caída del 18,5% respecto al año anterior, con 200.331 toneladas repartidas entre los mercados del garbanzo –83.720 toneladas–, lenteja –71.995 toneladas– y alubia –44.616 toneladas–.

La evolución de la producción experimentó igualmente una caída superior al 20% con respecto a la campaña anual de 1991, pasando de 108.400 toneladas a 86.200 toneladas en 1992.

Por especies, es la lenteja la que más ha reducido su producción, pasando de más de 20.000 toneladas en





# Líder en legumbres



Marca Calidad

ENALSA: Polígono Industrial de León  
ONZONILLA - LEÓN  
Tel.: 987 - 20 17 11 - 20 54 59; Fax: 987 - 21 18 58

OFICINA CENTRAL: C/ Rosario Pino, 14 - 16. Pta. 17  
28020 MADRID  
Tel.: 91 - 571 05 58; Fax: 91 571 96 08

**CUADRO Nº 2**  
**SERIE HISTORICA DEL**  
**COMERCIO EXTERIOR**  
**DE ALUBIAS, LENTEJAS Y**  
**GARBANZOS**

AÑO	IMPORTACION (En Tn.)	EXPORTACION (En Tn.)
1970	39.769	9.819
1975	49.227	6.402
1980	43.522	13.236
1985	58.893	6.898
1986	93.841	4.449
1987	92.020	3.572
1988	108.443	2.054
1989	100.174	10.605
1990	91.983	9.947
1991	90.089	489
1992	117.071	2.940
1993(*)	58.407	165

NOTA: El volumen de importación y exportación para el año 1993 corresponde al período Enero-Septiembre.

1991 a poco más de 10.000 toneladas en 1992.

Por su parte, con cifras relativas a los nueve primeros meses de 1993, la producción de legumbres secas prácticamente alcanza el total de 1992, ya que se estima en 85.500 toneladas que, sumadas al déficit de la balanza exterior, globaliza un mercado de 143.742 toneladas. De tal forma, las proyecciones previstas para el conjunto de 1993, a la hora de elaborar este informe, apuntaban hacia términos muy similares a los de 1992.

En cuanto al reparto geográfico de la producción española de legumbres, cabe destacar que las comunidades de Galicia y Castilla y León son, con diferencia, las principales productoras de alubia, con 14.200 toneladas y 11.000 toneladas, respectivamente, en los nueve primeros meses de 1993.

Castilla-La Mancha, por su parte, es la principal productora de lentejas, con 13.400 toneladas de producción en el mismo período; Andalucía es la comunidad con mayor producción de gar-

banzos, con 22.300 toneladas en el período apuntado.

Por series históricas, la producción ha venido cayendo de forma sistemática e ininterrumpida. Así, frente a las 300.000 toneladas de producción total de legumbres secas –alubia, lenteja y garbanzo– alcanzadas en los años 60, diez años después no se alcanzaban las 200.000 toneladas, y en los primeros años 90 la producción se sitúa por debajo de 100.000 toneladas.

El mayor descenso, ya señalado, de la producción nacional respecto del consumo obliga a realizar crecientes importaciones, con un problema añadido respecto a las legumbres propias, porque el precio de producción y venta del agricultor español es superior al precio mundial, particularmente cuando se trata de legumbres procedentes de países con mano de obra barata, con diferencias de hasta 30 pesetas/kilo respecto a las legumbres españolas.

La entrada de Turquía como suministrador de garbanzo –dentro del ranking importador español Turquía ocupa

el segundo lugar, por detrás de México, con casi 20.000 toneladas en 1992– ha creado un efecto de catalizador del precio máximo pagado por este producto, de forma que se ha visto reducido en casi un 20% para la producción española.

Durante 1992, las importaciones españolas de garbanzos se situaron por encima de 53.000 toneladas, de las que el 54% procedieron de México. Estados Unidos, Australia, Chile, Israel, Marruecos, Francia y Argentina son, por este orden y siguiendo a Turquía, otros orígenes de las importaciones españolas de garbanzos.

Por el contrario, las exportaciones de garbanzos españoles sólo ascendieron en 1992 a 2.221 toneladas, siendo Irlanda el principal y casi exclusivo destino. Para los nueve primeros meses de 1993, el mayor volumen de las importaciones españolas de garbanzos tuvo su origen en Turquía, con más de 11.000 toneladas

Por lo que respecta a las lentejas, durante 1992 se importaron más de



# Energía vital

Las legumbres constituyen un elemento indispensable en la preparación de infinidad de platos tradicionales de nuestra cocina y aseguran -en combinación con otros elementos- una variada y rica dieta, en perfecto equilibrio con las necesidades diarias de nuestro organismo.

Le aportan una elevada cantidad de energía y poseen un contenido considerable de proteínas, hidratos de carbono, sales minerales y fibra.

Las legumbres LA ASTURIANA llegan hasta el consumidor con toda su calidad, su riqueza y su sabor.



## LEGUMBRES La Asturiana



PRODUCTOS  
JOSE RAMON  
S.A.

Avda. de Santa Bárbara, s/n. Tlf. 98/5382200. Fax 98/5152909. 33211 GIJON - Asturias.

62.000 toneladas, frente a un volumen exportador de poco más de 700 toneladas. Canadá y Estados Unidos, con 30.740 toneladas y 23.360 toneladas, respectivamente, son los principales orígenes de las importaciones de lentejas, mientras que Turquía, con 7.000 toneladas, se sitúa en tercera posición.

Durante los nueve primeros meses de 1993, el volumen de importación de lentejas en España alcanzó las 37.000 toneladas, frente a un volumen de exportación de 118 toneladas.

En cuanto a las alubias, el volumen de importación durante 1992 superó las 1.500 toneladas, frente a una irrisoria exportación de 8 toneladas. Estados Unidos es el origen principal de nuestras importaciones, con 971 toneladas. En los nueve primeros meses de 1993 la cantidad importada de alubias fue de poco más de 500 toneladas.

## DIAGNOSTICO PLANO

El estado de la situación pasada y presente del mercado español de legumbres conduce, por tanto, a realizar, en el mejor de los casos, un diagnóstico plano, sobre todo en lo relativo al segmento mayoritario de legumbres secas; mientras que el único rayo de luz de cara al futuro pasa por el segmento, aún minoritario, de legumbres precocidas y preparadas, con una curva creciente y esperanzadora para el conjunto del sector, ante el aumento sostenido de la demanda.

En tal sentido, cabe resaltar que, durante 1992, el mercado español de legumbres precocidas y preparadas creció un 6% en volumen y 5% en valor respecto a 1991; mientras que durante 1993 esos mismo porcentajes ascendieron –de acuerdo con las previsiones existentes a la hora de elaborar este informe– a un 10% en volumen y un 8,5% en valor frente a 1992.

Por lo que respecta al reparto del mercado entre las empresas que operan en España dentro de este sector, la evolución registrada en los últimos años no ofrece cambios significativos, al menos en la evolución registrada en 1993 respecto al año anterior.



Así, ENALSA, con la marca “El Hostal”, sigue siendo la primera empresa en cuanto a producción, con un volumen estimado para 1992 de 27.300 toneladas, traducido en valor de ventas en unos 4.600 millones de pesetas.

El liderazgo de “El Hostal” como primera marca, con una cuota del 12/13%, es seguido de cerca por “La Asturiana” –entre un 10 y un 11%– de la empresa Productos José Ramón, que se sitúa por detrás de Alimentos Naturales en cuanto a producción.

Esta última empresa, con marcas como “Koifer” y “Garrido”, maneja una cuota de mercado que, según fuentes de la propia empresa, alcanza el 13%, desglosado entre 7% de la marca “Koifer” y el 6% de “Garrido”.

Por delante de ambas, como marca, se sitúa “Luengo”, de Legumbres Luen-

CUADRO Nº 3  
SERIE HISTORICA DEL  
MERCADO GLOBAL DE  
LEGUMBRES SECAS

AÑO	PRODUCCION (Miles Tn.)	MERCADO (Miles Tn.)
1980	197,6	227,8
1981	133,0	207,9
1982	150,5	230,5
1983	162,7	220,4
1984	182,3	222,8
1985	176,6	228,5
1986	175,3	264,6
1987	191,0	279,4
1988	162,4	268,7
1989	133,9	223,4
1990	131,3	213,3
1991	108,4	198,0
1992	85,5	200,3

CUADRO Nº 4  
EVOLUCION DEL CONSUMO  
DE LEGUMBRES SECAS  
EN ESPAÑA

AÑO	CONSUMO (Miles Tn.)
1987	342,54
1988	271,50
1989	266,69
1990	230,28
1991	223,08
1992	223,73

FUENTE: Ministerio de Agricultura



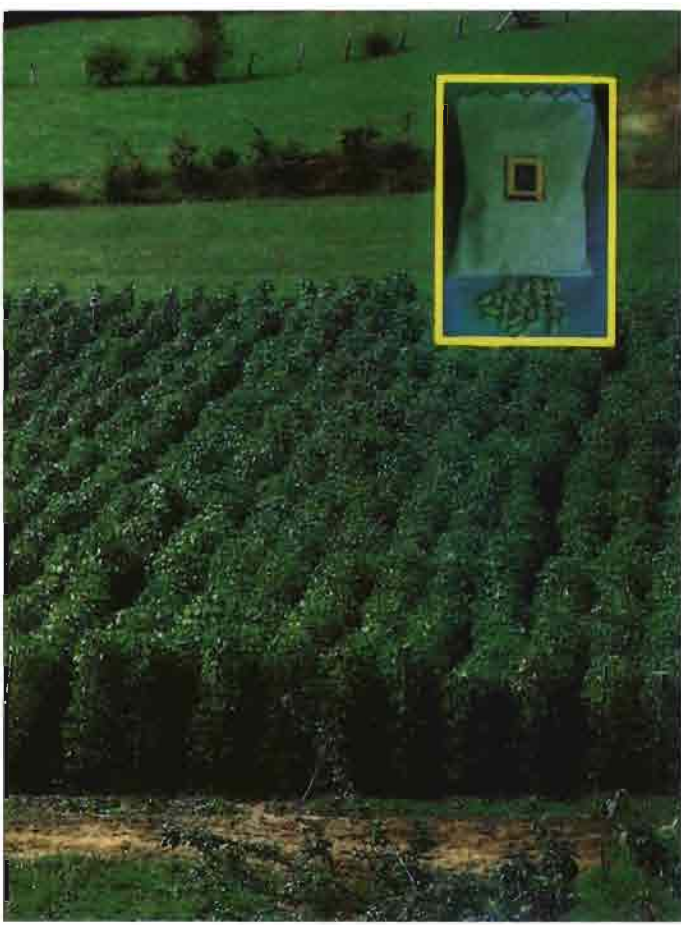
**GARANTIA  
DE ORIGEN  
Y CALIDAD**



# FABA ASTURIANA

Entre los productos tradicionales que se obtienen en el Principado de Asturias destaca la **FABA**, que goza de un reconocido prestigio por su calidad.

Un verdadero tesoro gastronómico que está amparado por una **DENOMINACION ESPECIFICA**, para diferenciar el producto, cuyo funcionamiento descansa en un Consejo Regulador, en el que están presentes los productores y envasadores de **FABA ASTURIANA**.



La **DENOMINACION ESPECIFICA FABA ASTURIANA** exige el cumplimiento de unas estrictas normas de control y calidad.

De tal forma, todas las **FABES** comercializadas con la etiqueta del Consejo Regulador deben responder al máximo nivel de calidad, en cualquiera de sus presentaciones comerciales. Todo ello, para garantizar que la **FABA ASTURIANA** siga siendo uno de los mejores tesoros de Asturias.



**CONSEJO REGULADOR  
DE LA DENOMINACION  
ESPECIFICA  
FABA ASTURIANA**  
Camino de Rubín, s/n.  
Apto. 937 – 33080 OVIEDO  
Tfno: 98/5292621



go, con el 7,5% de cuota, por lo que, según estimaciones de la propia compañía, habría experimentado un incremento de un punto sobre el porcentaje que ostentaba en 1992.

Según estos datos, la caída de cuotas experimentada por las mayores firmas de legumbres secas durante el pasado año tiende a estabilizarse o,

Las marcas blancas cada vez tienen mayor importancia entre las firmas líderes, representando entre el 10% y el 15% de la facturación de las empresas en el canal de hipermercados. Alimentos Naturales es una de las empresas con mayor porcentaje de marca blanca, que asciende al 20% de las ventas, es decir, más de 500 millones de pesetas anuales.

ción global de las mayores empresas: un 5% para Alimentos Naturales y un 4% en el caso de Legumbres Luengo.

En términos globales, el mercado español de este tipo de preparados se sitúa ya por encima de 30.000 toneladas anuales –casi un 15% del total de legumbres–, aunque, como elemento de preocupación para la producción



# Si piensas que **SOS** es solamente el mejor arroz...



## **SOS**

### **SI ES SOS, ES BUENO.**

cuando menos, a convertirse en incrementos de entre medio punto y un punto, cuestión bastante discutible si se tiene en cuenta que hablamos de un mercado plano, aunque siempre cabría la posibilidad de pequeñas variaciones que unas marcas conseguirían arañar de las cuotas de las marcas líderes, el Hostal y La Asturiana.

#### **PRECOCIDAS Y PREPARADAS**

Las buenas expectativas de futuro para el segmento de legumbres precocidas y preparadas está inclinándose a las empresas del sector a prestar una mayor atención a este tipo de productos, a pesar de que aún mantienen una presencia muy minoritaria en la produc-

nacional, hay que resaltar que la procedencia de las legumbres utilizadas para precocidas y preparadas es al 100% de importación.

En este segmento, las cuotas de mercado son más firmes, con dos empresas líderes: Gigante Verde y Cidacos, con cuotas del 15% y del 8,3%, respectivamente.



Para Gigante Verde, la producción de legumbres cocidas representa la mitad de su volumen total, que se reparte entre el 44% para la alubia, 42% el garbanzo y el 14% para la lenteja. La marca blanca representa el 12% de su volumen total de legumbres.

Frente a la estabilidad del mercado de legumbres secas, el de cocidas sigue

más amplio, porque este tipo de productos se enmarcan en las expectativas de futuro globales para el sector de conservas vegetales, necesitado de urgente reconversión, tal y como se ha puesto de manifiesto en los más recientes informes del Ministerio de Agricultura sobre la posición competitiva de la industria alimentaria española.

Por el contrario, como puntos débiles resaltan la baja capacidad financiera de las empresas —que las imposibilita para destinar recursos al área de marketing o para el acceso a nuevos mercados—, la atomización, y los altos costes de producción y mano de obra, así como la casi nula planificación estratégica.



### ... prueba estas legumbres.

No son sólo unas nuevas legumbres: son las Nuevas Legumbres... ¡SOS! Alubias, garbanzos y lentejas, seleccionadas con ese mismo cuidado exquisito que ha dado al ARROZ SOS máximo prestigio, durante casi cien años. Descubre sus siete variedades y disfruta la enorme calidad de las Nuevas Legumbres... SOS



creciendo; en este sentido, todas las empresas consultadas coincidieron al admitir un desplazamiento progresivo del consumo de legumbres secas hacia el de cocidas.

Sin embargo, la salida hacia adelante del sector de legumbres por esta vía hay que situarla dentro de un espectro

En este sentido, esos informes oficiales valoran la posición competitiva del sector nacional de legumbres destacando, como puntos fuertes la fabricación de productos de alta calidad, y que se trata de un sector tradicional en el que se conoce bien el proceso y el mercado.

#### CONSUMO ESTANCADO

Por lo que respecta a los datos de consumo, el análisis de los paneles que comenzó a elaborar el Ministerio de Agricultura en 1987 refleja una sensible tendencia a la baja en los últimos años, aunque en los ejercicios más recientes

## Legumbres

se detecta un cierto estancamiento que frena la caída anterior.

De tal forma, los datos completos de 1992 contabilizan un consumo de legumbres secas de 223.731 toneladas, con un ligero incremento de 650 toneladas respecto a 1991.

El desglose por variedades de las cifras de 1992 incluye un consumo de 83.113 toneladas de garbanzos, 65.000 toneladas de alubias y 76.000 de lentejas, con porcentajes de participación respectiva sobre el total de legumbres del 37%, 29% y 34%.

Se detecta, igualmente, un ligero descenso en las compras de legumbres secas a granel, en favor del producto envasado, lo cual se observa fundamentalmente en el apartado de consumo de los hogares. En éstos se adquirieron, durante 1992, 9.000 toneladas menos de producto a granel: cerca de 3.000 toneladas menos de garbanzos a granel, 5.000 toneladas menos de alubias a granel y 1.000 toneladas menos de lentejas a granel.

Los hogares representan, en este sector, un protagonismo abrumador en

cuanto al consumo, con casi 200.000 toneladas en 1992, seguidos muy de lejos por el sector de hostelería y restauración, con 14.914 toneladas –unas 700 toneladas menos que en 1991– y el consumo institucional, con 10.328 toneladas

A partir de esas cifras, se desprende un consumo unitario de legumbres secas de 5,7 kilos por persona durante 1992, sin cambios sobre el año anterior; después de haber descendido fuertemente en años anteriores, como se constata al comprobar que las compras de legumbres en 1991 fueron el 65% de las efectuadas en 1987, siendo las alubias –67% del consumo de 1987– las que más cayeron.

El consumo de legumbres es mayor en las épocas de otoño e invierno, y concretamente entre septiembre y noviembre.

Las regiones del norte peninsular, Castilla y León y Andalucía son las de mayor consumo, superando la media nacional en un porcentaje que oscila entre el 35% y el 40%. En el extremo contrario, las regiones del noroeste y

levante, con porcentajes de consumo inferiores a la media nacional en el 58% y el 64%, respectivamente, son las zonas de menor consumo. Del mismo modo, las áreas metropolitanas cuentan con inferior consumo –casi el 90% por debajo de la media–.

### PRECIOS DE VENTA

El precio medio de las legumbres, con datos de 1992, fue de 200 pesetas/kilo –248 pesetas para las alubias, 185 pesetas para los garbanzos y 178 para las lentejas–. Niveles de precios prácticamente idénticos en términos globales a los de 1991, aunque hay que destacar que sí existen diferencias según la zona geográfica y el tipo de establecimiento escogido por el consumidor para efectuar sus compras.

Así, por ejemplo, para el total de legumbres, las zonas del noreste peninsular y Canarias, con precios de 210 y 207 pesetas kilo, incrementan el 5% y 3,5%, respectivamente el precio medio.

Por especies, las alubias ven aumentado su precio en las zonas del





# mejorando lo bueno.



Nuestras legumbres  
mejoran su imagen con un nuevo envase.

La línea básica de Legumbres LUENGO que ha sido aceptada entre nuestra clientela por su calidad de origen, selección y garantía de cocción; se presenta ahora además, en un nuevo envase muy actual, de colores vivos y limpios,

que no dudamos ofrecerá una visión más atractiva en el lineal. No encontrará en el mercado otro envase con igual transparencia, porque queremos que se vea la calidad del producto que envasamos: Legumbres de las mejores zonas de producción. Mantenemos con ello nuestra permanente inquietud de actualizar nuestra empresa y nuestros productos a un mercado cada día más exigente.

**luengo, s.a.**  
LEGUMBRES

Teléfonos: (987) 64 01 68-16-66 • Telegramas: LUENGO  
Télex: 89937 ENAL-E • Fax: 644397 LA BAÑEZA (León) España

noroeste y norte, con incrementos respectivos del 54% y del 1,6%.

Levante y noreste son las zonas más caras para el caso de los garbanzos, pues su precio por kilo se incrementa, respectivamente, el 16,2% y 7%.

En el caso de las lentejas, las regiones noreste y Castilla y León son las que ofrecen un precio más alto, con incrementos respectivos del 10,6% y del 4,4% sobre el precio medio.

Al ser productos típicos de la alimentación seca, autoservicios y supermercados, seguidos de las tiendas tradicionales y de los hipermercados, aglutinan más del 85% de las ventas, a pesar de que algunos canales, como las tiendas tradicionales, vayan perdiendo cuota de mercado a razón de un 2% anual.

Es precisamente la tienda tradicional el tipo de establecimiento que más caro vende el kilo de legumbres, incrementando en un 12,5% el precio medio nacional, lo que se desglosa en incrementos respectivos del 12%, 11,8% y 12,3% sobre el precio medio por kilo de alubias, garbanzos y lentejas.

Por el contrario, el hipermercado ofrece un precio medio inferior en el 7% para la totalidad de legumbres secas, y que por especies se desglosa en precios inferiores para la alubia -19,8% menos-, el garbanzo -11,4% menos- y la lenteja -12,4% menos-.

Durante 1992, las compras de alubias fueron de 1,7% kilos por habitante, siendo los hogares los que mayor porcentaje de consumo experimentaron -84%- y con ninguna variación sobre el año 1991. Lo que sí cambió es el precio medio por kilo, que durante 1992 fue un 2,4% inferior al registrado en 1991. El consumo de alubias a granel cayó un 25% sobre 1991, mientras el consumo de alubias envasadas creció en un 10,6%.

### PUNTO DE VENTA

Con respecto al tipo de establecimiento elegido para la compra de alubias -que en el año 1991 representaban el 0,25% en la cesta de la compra-, el consumidor se decanta por autoservi-



cios y supermercados, con el 44% de cuota, seguidos de las tiendas tradicionales, con el 26%.

Un apartado importante lo constituye el autoconsumo, que para el caso de las alubias supone el 13%, incrementándose hasta el 25% durante el último trimestre del año, particularmente en el mes de septiembre, coincidente con la recolección. Los hipermercados venden el 8% del total de alubia envasada.

Por lo que respecta a los garbanzos, el consumo total durante 1992 fue de 2,2 kilos por persona, sin cambios respecto a 1991. El consumo de los hogares supone más del 90% del total, con apenas ninguna variación sobre el experimentado en 1991. En lo que respecta al precio por kilo, durante 1992 se registró un incremento global del 2,7%.

El consumo de garbanzos a granel se redujo un 16,5% durante 1992, mientras que el garbanzo envasado, para el mismo período, vio incrementado su consumo en casi el 7%.

El lugar de compra -los garbanzos representan el 0,2% en el total de la cesta de la compra- es, con diferencia, el autoservicio, con el 53% de cuota,

seguido de la tienda tradicional -24%- y de los hipermercados -11%-. El autoconsumo no llega a superar el 10%.

En cuanto a las lentejas, representan un consumo por persona y año de 1,9 kilos -cifra repetida en 1991 y 1992-, siendo los hogares los que representan mayor volumen -más del 90% durante los dos últimos años-. Su precio global se incrementó en casi el 3% durante 1992 respecto al año anterior.

El consumo de lentejas a granel descendió en 1992 un 14,2%; mientras el consumo de lentejas envasadas se incrementaba en 1.300 toneladas, es decir, un 2% más que en 1991.

Con respecto al lugar de compra -las lentejas representan el 0,22% del gasto total en alimentación para el hogar-, al igual que las otras especies, son los autoservicios y supermercados los que totalizan el 55% de las compras, seguidos por las tiendas tradicionales, con el 26% de cuota y los hipermercados -13%-. El autoconsumo no tiene apenas participación en cuanto a canalización de ventas. □

SILVIA RESA.  
Periodista.