



# Las denominaciones de origen marcan tendencia en los mercados internacionales

**Los productos españoles con DOP e IGP generan ya un volumen de negocio de 4.500 millones de euros**

JOSÉ LUIS MURCIA. Periodista.

## ■ RESUMEN

*Los productos españoles con Denominación de Origen Protegida (DOP) o indicación geográfica protegida (IGP) generan ya un volumen de negocio de 4.500 millones de euros, con datos de 2014 obtenidos de los diferentes organismos reguladores. De ellos, casi 3.000 millones de euros correspondieron al sector del vino, que además acaparó cerca de 1.700 millones de euros en ventas en el exterior. En este artículo se repasa la información disponible más actualizada sobre ventas nacionales y exportaciones de las principales familias de productos con DOP e IGP: quesos, vinos, aceites de oliva, carnes, jamones y embutidos, frutas y hortalizas, arroces y legumbres, etc.*

**PALABRAS CLAVE:** Denominación de Origen Protegida (DOP), Indicación geográfica protegida (IGP), mercado nacional, exportaciones, tendencias

**L**os productos españoles con Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP) generan ya un volumen de negocio de 4.500 millones de euros, con datos de 2014 obtenidos de los diferentes organismos reguladores. De ellos, casi 3.000 millones de euros correspondieron al sector del vino, que además acaparó cerca de 1.700 millones de euros en ventas en el exterior, según las cifras recopiladas por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OEMV).

Se trata de un amplio abanico de alimentos y bebidas, sometidos o no procesos de transformación y elaboración industrial, que en los mercados internacionales marcan cada vez una mayor tendencia entre los consumidores que valoran estándares de calidad diferenciada ligada al origen de los productos, a las variedades y a las técnicas de elaboración.

España se suma cada vez más a esta tendencia, acortando posiciones en los mercados mundiales con la imagen de marca tradicional en este sentido de países como Francia e Italia,

generando así un importante y creciente valor añadido que se traslada a toda la cadena de valor en cada producto.

Además, las DOP e IGP demuestran también cada vez más su aportación decisiva a la pujanza de la marca país, que en el caso de España refuerza su liderazgo internacional como potencia gastronómica.

A continuación se repasan las principales familias de productos con DOP e IGP, a través de datos recientes que sitúan la importancia absoluta y relativa de cada producto en el mercado nacional y los mercados internacionales.

### **LA PUJANZA DE LOS QUESOS**

Una de las primeras sorpresas se produce en el apartado de productos lácteos, ya que el Queso Manchego supone más del 55% de la producción acogida a Denominación de Origen Protegida (DOP) o Indicación Geográfica Protegida (IGP) con una producción cercana a los 11,5 millones de kilos sobre un total de 22,5 millones. Pero, además, el Queso Manchego, que exporta 8 millones del total, vende en Estados Unidos alrededor de 4 millones de kilos, bastante más que en España donde apenas se alcanzan los tres millones de kilos en ventas. Esa cantidad supone el 50% de las exportaciones y un 39% más que un año antes. Alemania adquirió 1,3 millones de kilos, un 16% del total, con un aumento del 70% y Reino Unido 913.000 kilos, un 11,5% de las exportaciones y un incremento del 22%. También destaca, por ser el país de los quesos, la compra de 358.000 kilos, con incremento cercano al 3%, de Francia o los casi 300.000 kilos que van a Suiza, otro país de tradición quesera.

Las ventas de Queso Manchego durante 2014, según declaraciones del presidente del Consejo Regulador, Ignacio Barco, ascendieron a 130 millones de euros sobre un montante total de 225 millones de euros que acapararon todos los quesos adscritos a algún tipo de denominación. El fenómeno americano se debe a la diferencia que existe entre el Queso Manchego y otros de gran nombre en países de importante tradición como Francia, Italia, Suiza, Alemania o Países Bajos, pero también Estados Unidos.

Según Barco, el Queso Manchego se encuentra presente en buena parte de los supermercados, hipermercados, tiendas especializadas y tiendas de gasolineras de las grandes ciudades norteamericanas y todo hace pensar que el incremento de ventas allí continuará. La DOP cuenta con 798 ganaderías, 520.000 ovejas de raza manchega, 60 millones de litros de leche al año y 62 queserías, 24 de ellas de leche cruda y las otras 38 de leche pasteurizada.

Tras el Queso Manchego tradicionalmente se ha situado el de Mahón-Menorca que, pese a ser el tercero en producción, el segundo, el gallego Arzúa-Ulloa con 3,2 millones de kilos, es también de vaca, exporta 178.000 kilos de los algo más de 2,2 millones de kilos que produce. Y un dato significativo, el Queso de L'Alt Urgell y La Cerdanya, con apenas 225.000 kilos de pro-



ducción, exporta 158.000 kilos. Se trata de un queso elaborado con leche pasteurizada de vaca frisona en tierras ilerdenses.

En España hay 27 denominaciones de queso que acogen cerca de 1,1 millones de cabezas productoras procedentes de más de 6.100 explotaciones ganaderas y de medio millar de queserías. De los cerca de 23 millones de kilos de queso que se elabora apenas nueve millones de kilos van a la exportación. En el mercado nacional, curiosamente, las ventas de Queso Manchego se equiparan a las de Arzúa-Ulloa, que pasa por poco de los tres millones de kilos. También venden cantidades importantes el Mahón-Menorca con más de 2,2 millones de kilos, el Tetilla con 1,4 millones y el Idiazábal con cerca de un millón de kilos. Muy lejos, por debajo del medio millón de kilos se sitúan Roncal, Cabrales, San Simón da Costa y Majorero. La Torta del Casar, por ejemplo, apenas alcanza los 300.000 kilos, de los que exporta 18.200 kilos.

### **LA EUROPA DE LOS QUESOS**

La Unión Europea cuenta con un total de 175 quesos, mantequillas o cremas acogidos a denominación de origen con una mayor producción para Italia donde destacan marcas tan importantes como Parmigiano-Reggiano (Parmesano), Grana Padano o Gorgonzola, aunque Francia, como en casi todo, sigue siendo el rey del mercado internacional en variedad con 45 quesos, tres mantequillas y dos cremas de leche acogidas. Francia posee 800.580 vacas, 1,53 millones de ovejas y 583.000 cabras productoras.

El buque insignia de los quesos franceses, pese a la gran producción de leche de vaca, continúa siendo el Roquefort, un

queso azul, elaborado con leche de oveja de la raza lacaune cuya producción en 2014 ascendió a 18,6 millones de kilos. Su exportación, en algunos casos a través de la empresa Société Général, abarca todo el mundo. También de oveja, pero menos conocido, es el Ossau-Iraty, de pasta dura y del área vasca de Pirineos Atlánticos, con 3,3 millones de kilos de producción. Comienza a venderse en algunos países europeos.

El queso francés de mayor producción es el Comté, un queso de vaca de pasta dura, con más de 48 millones de kilos y una buena distribución tanto fuera como dentro del país. Se trata de un queso de leche cruda procedente de vacas de las razas montbéliarde y simmental elaborado en el Jura y muy demandado por su aroma. Otros quesos de leche de vaca muy apreciados en la exportación son el Reblochon, de gran predicamento en los mercados internacionales con 15,5 millones de kilos; Saint Nectaire, con 13,7 millones de kilos; el Morbier, con 8,5 millones de kilos; el Munster, de aroma potente, con 8,1 millones de kilos; el Camembert de Normandía, con 4,3 millones de kilos y el Brie de Meaux, con 5,8 millones de kilos.

En los quesos de cabra, el más popular en la exportación es el Sainte Maure de la zona de Touraine, con 1,3 millones de kilos de elaboración; pero las tiendas gourmet se decantan últimamente por el Rocamadour, con 1,1 millones de kilos de pro-

ducción y, sobre todo, por el Chavignol, que elabora un millón de kilos de queso al año.

Otros quesos conocidos universalmente son el Feta griego, elaborado con consentimiento comunitario en varios lugares como Alemania o Dinamarca, pero con una producción genuina de leche de oveja en su país de origen; el Allgäuer o el Bergkäse, en Alemania; el Blue Stilton o el West Country Farmhouse Cheddar, en Reino Unido; el Hervé, en Bélgica; los holandeses Gouda, Edam o Mimolette o los suizos Raclette de Valais, Gruyère, Appenzeller o Emmental.

RIOJA LIDERA LOS VINOS

La Denominación de Origen Calificada Rioja domina la comercialización del vino español de calidad con 277 millones de litros, cerca del 24% del total. Tras ella se sitúa Cava, que abarca varias Comunidades Autónomas aunque Cataluña acapara más del 92%, con 181 millones de litros, algo más del 15%; Rueda con 67,4 millones de litros, cerca de un 6%, cantidad parecida a La Mancha con 64,24 millones de litros y Ribera de Duero con 64 millones de litros y Valdepeñas con 56,84 millones.



## Denominación de origen

**Elige Calidad, elige etiquetas de seguridad**



**Real Casa de la Moneda**  
Fábrica Nacional  
de Moneda y Timbre

Departamento de Ventas  
Tel.: 91 566 65 64 - [www.fnmt.es](http://www.fnmt.es)



Las ventas en el mercado exterior las encabezan el Cava con 120 millones de litros, seguido de Rioja con 102 millones de litros, Valencia con 33,87 millones de litros; Cariñena, con 30,33 millones; Cataluña, con 25,93 millones; Jerez y Manzanilla de Sanlúcar con 25,81 millones y Valdepeñas con 22,95 millones de litros.

El fenómeno del Cava, que compite con otros productos de mayor valor añadido como el champán, el sekt, el prosecco o el moscato d' Asti, ha conseguido afianzarse en muchos mercados, incluidos el francés y el alemán. Rioja continúa imparable con su imagen como mejor vino de España y asoman otras denominaciones que, curiosamente, se afianzan más en los mercados exteriores que en la distribución nacional. Es el caso de Yecla donde la variedad monastrell, que abarca más del 82% de la producción total, es apreciada en el extranjero que adquiere el 94% de su producción gracias a la magnífica labor de bodegas como Castaño o la cooperativa La Purísima. Claro que su comercialización se sitúa en los 6,5 millones de litros al año. Algo parecido ocurre con la DOP Almansa que comercializa 8,4 millones de litros, el 89% en el exterior; Jerez que alcanza el 83% de sus más de 30 millones de litros o Calatayud que llega al 82% con sus 8,41 millones de litros.

¿Y qué vinos españoles demandan los alemanes? Pues en primer lugar, Cava con más de 28 millones de litros, seguido de Rioja con 18,5 millones y Mancha, con 9,8 millones de litros. Los habitantes de Reino Unido apuestan por Rioja con más de 34 millones de litros, por delante de los casi 22 millones de litros de Cava y los más de 10 millones de litros de Jerez. Francia, el gran productor mundial, prefiere a Utiel-Requena en primer lugar con casi cinco millones de litros, por delante del Cava con más de cuatro millones y vinos de Valencia con cerca de tres millones de litros.

En los Estados Unidos, el Cava acapara el primer lugar con casi 13,5 millones de litros, seguido de los más de 10 millones de litros de Rioja y los cerca de cuatro millones de Calatayud. Canadá compra casi 2,5 millones de litros de Rioja, 2,2 millones de Cariñena y más de 1,5 millones de Cava.

En las DOP que exportan casi toda su producción, Yecla vende 1,33 millones de litros a Dinamarca, 877.000 litros a Alemania y 765.000 litros a Estados Unidos. Almansa es el gran vendedor a Italia con casi cinco millones de litros.

Solo las ventas de vinos con DOP en España tuvieron un valor en 2014 de 2.750 millones de euros. La mayor parte corresponde a Cava con 672 millones de euros, seguida de Rioja con 423 millones de euros, Ribera de Duero con 263 millones, Rueda con 150 millones, Cataluña con 141,5 millones y La Mancha con más de 131 millones de euros. Las ventas en el exterior las encabeza Cava con 355,5 millones de euros, seguido de Jerez con 82 millones y Cataluña, con 71 millones de euros. En las estadísticas del MAGRAMA no figuran desglosados los datos de La Rioja.

El apartado de bebidas espirituosas, de las que 16 de ellas se encuentran adscritas a IGP, factura anualmente 131 millones de euros en los 21 millones de litros que comercializa. Este apartado, que requiere un amplio capítulo aparte, está encabezado por el Brandy de Jerez que comercializa anualmente 14 millones de

litros por importe de 84 millones de euros. Las exportaciones, que ascienden a 9,5 millones de litros, las encabeza Filipinas con 2,1 millones de litros por delante de Guinea Ecuatorial con 1,82 millones, México con 1,1 millones y Alemania con más de 925.000 litros. El Pacharán Navarro, con 3,3 millones de litros factura 20 millones de euros, mientras las Hierbas de Mallorca alcanzan los 8,5 millones de euros en 1,15 millones de litros. Además de estas bebidas se encuentran también el Orujo de Galicia, cuatro anisados, cinco licores y otras bebidas.

### **EL DESPEGUE DEL ACEITE DE OLIVA**

---

Al aceite de oliva, uno de los productos estrella de España, primera productora mundial con alrededor del 50% de la producción, le está costando despegar en los circuitos internacionales por el liderazgo tradicional de Italia. Pero los últimos años han supuesto un cambio paulatino de esta situación que debe desembocar en los próximos dos o tres años en un antes y un después para el aceite de calidad diferenciada. En estos momentos, España cuenta con 29 denominaciones que comercializan un total de 26.000 toneladas en 761 industrias sobre una producción que sobrepasa con creces los 1,4 millones de toneladas. El número de hectáreas acogidas a estas figuras de calidad son casi 700.000 de las más de 2,5 millones que existen en España.

El valor del aceite de oliva comercializado asciende a 110 millones de euros de los que aproximadamente 18,5 millones corresponden a Siurana y cerca de 17 millones de euros a Baena. Tras ellos se sitúan Les Garrigues con 11,5 millones y Sierra de Cazorla con 10,5 millones. Nueve de las denominaciones no llegan al millón de euros de facturación total.

La exportación de las denominaciones de aceite de oliva español alcanza el 26% de la producción, alrededor del 10% a países terceros. Las mayores exportaciones corresponden a Baena con 1.440 toneladas, seguida de Les Garrigues con 1.210 toneladas y Antequera con 970 toneladas. Los aceites más demandados por Estados Unidos son los de Estepa, Montes de Toledo, Priego de Córdoba y Campo de Montiel. Italia prefiere Poniente de Granada y Estepa. Francia se inclina por Estepa, Montes de Toledo, Campo de Montiel, Priego y Sierra de Cazorla. Reino Unido por Sierra de Cazorla y Estepa. Holanda por Montes de Toledo, China por Antequera, Noruega por Siurana y Japón por Estepa. Venezuela solo importa de Campo de Montiel y Rusia de Montes de Toledo.

### **JAMONES CON MERCADO NACIONAL**

---

¿Y qué pasa con el jamón, uno de nuestros productos estrella? De momento, las seis denominaciones que lo comercializan (Dehesa de Extremadura, Guijuelo, Jamón de Huelva, Jamón de Teruel, Jamón de Trévezel y Los Pedroches) alcanzan en el mercado nacional alrededor del 90% de los 858.000 jamones y 313,600 paletas que se vendieron en 2013. El montante económico de esta producción asciende a algo más de 115 millones

# I.G.P. TERNERA ASTURIANA: GARANTÍA DE CALIDAD Y SEGURIDAD.

La carne de "Ternera Asturiana" es un alimento saludable por su bajo contenido en grasa, que además presenta una elevada proporción en ácidos grasos omega 3. Se trata de un producto rico en proteínas de alto valor biológico, siendo una excelente fuente de aminoácidos esenciales, vitaminas hidrosolubles y minerales fundamentales, así como hierro de elevada biodisponibilidad.

Pero además la carne de "Ternera Asturiana" aporta al consumidor un valor añadido en cuanto a la calidad y seguridad. De ello se responsabiliza el Consejo Regulador, que ha establecido unos exigentes requisitos en su Pliego de Condiciones, avalado por la Unión Europea, contando con un equipo de inspectores propio que auditán cada uno de ellos.

De esta forma se garantiza que la procedencia de los productos corresponde exclusivamente con animales de las razas de vacuno asturianas, entre los 6 y 18 meses de edad, nacidos, criados y sacrificados en Asturias.

Tras la inscripción de la explotación en los registros de la I.G.P. "Ternera Asturiana", el ganadero debe cumplir una serie de requisitos, fundamentalmente:

- Seguir unas pautas de manejo tradicional que implican el aprovechamiento de los pastos, el amamantamiento obligatorio de los terneros durante un mínimo de 5 meses y la alimentación únicamente con productos naturales aprobados.
- Alojar a los animales asegurando un alto grado de bienestar.
- Cumplir los requisitos establecidos en cuanto a identificación y registros.
- Respetar, en la aplicación de tratamientos medicamentosos, un periodo de supresión superior al establecido por la normativa.

El resto de operadores inscritos han de garantizar que sus instalaciones cumplen una serie de requerimientos que garanticen un manejo correcto para mantener las cualidades y características de producto, así como un alto grado de higiene en las operaciones de sacrificio, faenado, conservación y distribución.

Además, los inspectores identifican diariamente de forma inequívoca las cañales en los mataderos, clasificándolas y etiquetándolas. La documentación generada acompañará al producto hasta el punto de venta, para garantizar una adecuada información al consumidor.

A lo largo de todo el proceso productivo, se realizan muestreos con el fin de asegurar la calidad y seguridad, verificándose mediante el uso de técnicas de ADN la trazabilidad.



*Entrecot de Ternera Asturiana  
con su nata y hierbas*



## ELABORACIÓN

### PARA LA NATA

- Hervir la leche junto con el tomillo, el romero y el ajo. Colar y retirar la nata a una manga.

### PARA EL GEL DE HIERBAS

- Triturar los ingredientes añadiendo aceite poco a poco, haciendo una emulsión.

### PARA EL VELO

- Infusionar la hierbaluisa durante 5 min. en fuego,

retirar y dejar todo tapado hasta que enfrie. Colar y volver a hervir para incorporar el agar-agar. Extender sobre una bandeja para que enfrie. - Marcar el entrecot al punto deseado, cortar en tacos y colocar un plato con sal maldon.

## INGREDIENTES

2 entrecot de 150 gr. – 4 l. de leche de vaca. – 4 dientes de ajo quemado – Tomillo limón – Romero.

PARA EL GEL DE HIERBAS: Rúcula – Cebollino – Perejil – Cilantro – Ajo – Aceite de oliva virgen extra – 10 ml. agua de molusco.

PARA EL VELO DE HIERBALUISA: 1,2 gr. de agar-agar – 30 gr. de hierbaluisa – Agua – Azúcar – Sal – Brotes de mezclum.

Todo esto garantiza al consumidor una carne segura, saludable y de calidad, que cuenta con puntos de venta en toda la geografía española, fácilmente reconocibles mediante la imagen corporativa del Consejo Regulador I.G.P. "Ternera Asturiana", así como por medio de los certificados y etiquetas que distinguen su carne.

Y para apreciar todas sus cualidades, nada mejor que un estupendo entrecot como el de esta receta que el Consejo Regulador de la I.G.P. Ternera Asturiana nos invita a probar.



**Los establecimientos más exigentes  
cuentan con la mejor marca**

*Compro en*  
mercamadrid®

*Símbolo de confianza*

mercamadrid  
internacional

Busque esta marca  
en establecimientos autorizados

OFICINA DEL  
MINORISTA Y USUARIO  
ODMU

de euros, de los que solo ocho millones corresponden a ventas en el exterior. Andorra absorbe el 63,5% de las importaciones, seguida de Japón con el 7,5%, Rusia y Suiza con el 5,3% en cada caso, México y China con el 2,8% y Argentina con el 2,4%.

Las compras de las 14.551 piezas de Andorra se centran en casi un 99% en Guijuelo, Japón prefiere Trévezel en un 82,5%, igual que Suiza (100%) y Rusia (92%). México opta por Los Pedroches en un 53% y Guijuelo en un 47% y China reparte sus compras entre Los Pedroches (55%), Trévezel (27%) y Guijuelo (18%).

Junto a los jamones se sitúan los embutidos que generan al año algo más de 11 millones de euros con sus seis figuras (Botillo del Bierzo, Chorizo de Cantimpalo, Chorizo Riojano, Chosco de Tineo, Salchichón de Vic y Sobrasada de Mallorca) en los 2,2 millones de kilos que se comercializan en total, la mayor parte de ellos en el mercado interior, ya que la exportación asciende únicamente a 334.000 euros. El mayor valor lo genera la sobrasada mallorquina con 1,75 millones de kilos por importe de 7,8 millones de euros, por delante del botillo con 294.000 kilos y una facturación de 1,5 millones de euros. El Salchichón de Vic, con algo menos de 91.000 kilos, factura más de 1,4 millones de euros a un precio medio superior a los 15,50 euros por kilo.

#### LIDERAZGO GALLEGGO EN CARNES FRESCAS

Las carnes frescas, por su parte, comercializan más de 39.000 toneladas con una facturación anual cercana a los 200 millones de euros, 150 millones correspondientes a las carnes de vacuno (Carnes de Ávila, Cantabria, Sierra de Guadarrama, Morucha de Salamanca, Vacuno del País Vasco y Ternera Asturiana, de Extremadura, de Navarra y Gallega). Es precisamente esta última la que acapara una mayor facturación con casi 84 millones de euros y unas ventas superiores a las 17.600 toneladas, 180 de las cuales van a la exportación. Muy lejos quedan los más de 25 millones de euros que generan la Ternera Asturiana y los 12 millones de euros de la Ternera del País Vasco.

En el apartado de otras carnes frescas se ubican los Corderos de Extremadura, Navarra y Manchego, el Lechazo de Castilla y León, el Pollo y Capón del Prat y el Ternasco de Aragón. La mayor facturación corresponde al Lechazo con casi 16 millones de euros, seguido del Ternasco de Aragón, que además exporta por valor de un millón de euros, con más de 13,5 millones de euros.

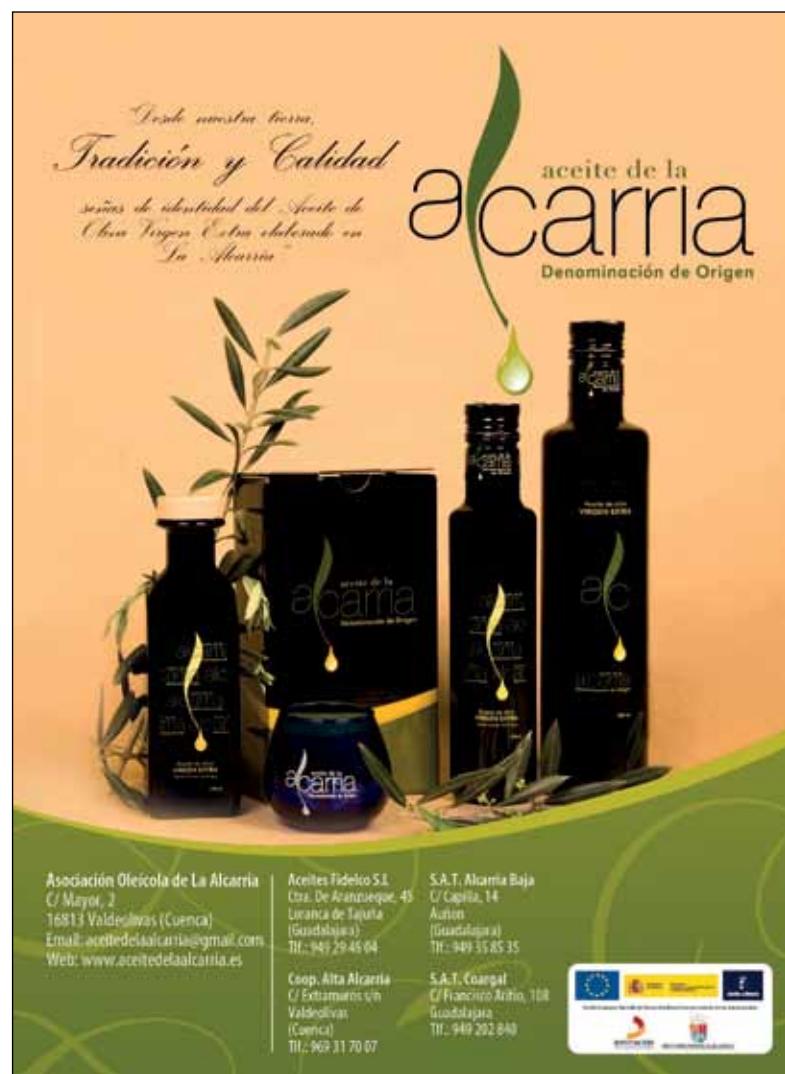
#### HORTALIZAS Y FRUTAS EN VARIEDAD Y CANTIDAD

Las hortalizas, tanto frescas como en conserva, cuentan con 22 apelaciones entre las que destacan por su facturación el Espárrago de Navarra con más de 24 millones de euros, el Tomate de la Cañada que supera los 20 millones de euros, las Berenjenas de Almagro con más de siete millones de euros y la Alcachofa de Tudela que se acerca a esa misma cifra. Otros valores económicos destacables los consiguen el Pimiento del Piquillo de Lodosa, con más de 5,25 millones de euros y la Pataca de

Galicia con casi cuatro millones de euros. La facturación total del apartado hortícola se acerca a los 77 millones de euros.

En las exportaciones destaca el Tomate de La Cañada que envía al exterior más de 19.000 toneladas de las 20.500 toneladas de producción total por un valor cercano a los 19,5 millones de euros. Y, cómo no, el Espárrago de Navarra que vende fuera 300 toneladas de un total de 1.947 toneladas y el Piquillo de Lodosa que exporta casi 80 toneladas de las 650 toneladas que produce.

En el apartado de frutas, que abarca 18 en fresco y una en conserva (Aceituna Aloreña de Málaga), la facturación supera los 105 millones de euros. Destacan la IGP Pátano de Canarias con 375.000 toneladas y el Kaki de la Ribera del Xúquer con 31 millones de euros en sus 31.000 toneladas de producción, la Poma de Girona con una facturación de casi 14,5 millones de euros en sus casi 18.000 toneladas de producción y los Nísperos de Callosa d'en Sarriá con 7.850 toneladas por valor cercano a los 11,5 millones de euros. Por encima de los ocho millones de euros se sitúa la Cereza del Valle del Jerte y por encima de los siete millones de euros las Peras del Rincón del Soto, la Uva de Mesa de Vinalopó, los Cítricos Valencianos y la Aceituna Aloreña de Málaga. Las mayores exportaciones corresponden al Kaki con casi 24.000 toneladas seguida de los Cítricos con cerca de 10.000 toneladas, los Nísperos con algo más de 6.000 toneladas y la Uva con más de 5.000 toneladas.





## **ARROCES Y LEGUMBRES**

España no es un gran productor mundial de arroz, pero se sitúa segundo en la UE tras Italia. Sus arroces tienen fama de ser de los mejores, especialmente los tres CONDOP (Arroz de Valencia, Delta del Ebro y Calasparra) que producen 15.500 toneladas por valor superior a los 19 millones de euros. La mayor facturación corresponde al primero de ellos con 8,27 millones de euros, seguido del segundo con 7,25 millones y el murciano de Calasparra con 3,65 millones de euros. La mayor exportación corresponde a este último arroz con más de 300 toneladas, seguido del Arroz de Valencia con 211 toneladas y las apenas 45 toneladas del arroz tarraconense del Delta del Ebro. No obstante, las exportaciones apenas superan el millón de euros en facturación.

Las legumbres con denominación de origen abarcan en España un total de ocho diferentes que facturan cerca de tres millones de euros (Alubia de La Bañeza-León, Faba Asturiana, Faba de Lourenza, Garbanzo de Fuentesaúco, Judías de El Barco de Ávila, Lenteja de La Armuña, Lenteja Pardina de Tierra de Campos y Mongeta del Ganxet). Las mayores producciones corresponden a las dos lentejas, la Pardina de Tierra de Campos con 355 toneladas y la salmantina de La Armuña con 239 toneladas. Cerca se ubica la Alubia de La Bañeza-León con 206 toneladas. Entre las dos lentejas suman una facturación de 1,25 millones de euros, mientras las exportaciones, que sólo ascienden a 250.000 euros y a 96 toneladas, las acapara la Lenteja de la Armuña en el mercado comunitario.

## **MIEL Y DULCES**

El valor de las cuatro mieles acogidas a DOP (Granada, Tenerife, La Alcarria y Galicia) alcanza los 5,5 millones de euros, con solo 300.000 euros en exportación. La mayor producción

corresponde a Galicia con casi 310.000 toneladas, seguida de Granada con 221.000 toneladas. La Miel de la Alcarria, de gran raigambre en España, supera las 78.000 toneladas, mientras Tenerife supera las 19.225 toneladas. El mayor valor corresponde a Granada con 2,5 millones de euros por delante de Galicia con algo más de dos millones de euros. La Miel de Granada exporta a Estados Unidos, China, Reino Unido, Polonia y Alemania.

El sector de panadería, pastelería y repostería, con 13 apelaciones, comercializa más de 11.000 toneladas por valor de 77 millones de euros con liderazgo para los Turrones de Jijona y Alicante que facturan entre ambos casi 55 millones de euros. Del resto de productos cabe resaltar los más de siete millones de euros de los Mantecados de Estepa, los cinco millones de euros de los Sobaos Pasiegos y los casi cuatro millones de euros del Mazapán de Toledo. En las exportaciones, que ascienden a 7,5 millones de euros, son los Turrones los que más facturan con alrededor de seis millones de euros.

## **PESCADOS, CONDIMENTOS, ESPECIAS Y VINAGRES**

La facturación de pescados y moluscos, con las IGP de Caballa y Melva de Andalucía, y la DOP Mejillón de Galicia asciende a más de 36 millones de euros, de los que la mitad corresponden al bivalvo gallego, 11,5 millones a la Caballa y cerca de siete millones a la Melva. Las exportaciones de los productos andaluces, no existen datos del Mejillón, superan los cuatro millones de euros, la mayor parte correspondientes a la Caballa.

Condimentos y Especias hay tres en España que cuentan con DOP (Azafrán de La Mancha, Pimentón de la Vera y Pimentón de Murcia). Entre los tres facturan más de ocho millones de euros. En el caso del Azafrán, donde existen siete industrias envasadoras y 89 hectáreas adscritas, la producción fue en 2013 de 372 kilos con un precio medio de 4.200 euros el kilo y una facturación total de 1,56 millones de euros. Un total de 157 kilos partieron para los mercados exteriores y 215 kilos se quedaron en España. El Pimentón de la Vera, con una producción cercana a los 1,5 millones de kilos facturó 6,5 millones de euros. A la exportación se destinaron 150.000 kilos, un 10% de la producción. El Pimentón de Murcia produjo 61.500 kilos, 18.000 de ellos fueron a la exportación, con una facturación de 270.000 euros.

Los vinagres, con tres DOP (Condado de Huelva, Jerez y Montilla-Moriles) comercializan anualmente más de siete millones de litros, la mayor parte de ellos de la DOP Vinagre de Jerez, con casi cuatro millones. No existen datos oficiales de Montilla-Moriles ya que su reglamento como denominación fue aprobado en marzo de este año. La DOP Sidra de Asturias cuenta con 581 hectáreas de manzanas inscritas y una producción total de casi dos millones de litros con un valor económico de 1,7 millones de euros. Sólo 600.000 euros correspondieron a los ingresos por exportación que se divide entre Reino Unido y Estados Unidos. ■

# El origen de unas características inigualables

El tomate con Indicación Geográfica Protegida cuenta con unas características diferenciales que solo pueden darse en su zona geográfica de cultivo: los campos de Níjar y del Bajo Andarax

Las sales minerales características del suelo y las aguas de riego utilizadas, con alto contenido iónico y una alta conductividad eléctrica, favorecen en este fruto sus contenidos en compuestos tan beneficiosos como el licopeno o la vitamina C



El sabor y las características, ya por todos conocidas, del tomate con Indicación Geográfica Protegida vienen en buena medida de su lugar de origen: los campos de la Comarca del Campo de Níjar y del Bajo Andarax. Una zona privilegiada y propicia para el cultivo en cuanto a condiciones climatológicas se refiere, ubicándose junto al parque Natural Cabo de Gata Níjar.

“Tenemos la fortuna de contar con este rincón tan privilegiado para el cultivo y, lo que es más importante, con el excelente trabajo y dedicación de nuestros agricultores, los verdaderos artífices de que el tomate de la IGP sea una realidad y esté reconocido como el mejor”, explica Francisco López, presidente del Consejo Regulador, sobre unos agricultores que llevan ya muchas décadas implicados por obtener las mejores hortalizas de Europa y, probablemente del mundo. Y lo consiguen. Muestra de ello es precisamente el tomate IGP, único de España con esta denominación y que pone sello a una calidad extra.

La clave de estas características especiales en el tomate IGP está íntimamente relacionada, precisamente, con su lugar de cultivo. Además de las condiciones climatológicas, hay que unir las condiciones tanto del suelo como del agua para el riego. En ambos casos afectan desde la germinación de la semilla hasta la propia maduración del fruto pasando por todos sus estadios. ¿De qué manera? Gracias a la salinidad tanto del sustrato, como del agua, que favorecen que el tomate de la IGP sea diferente al resto. Las aguas son cloruradas sódicas y procedentes exclusivamente de las unidades hidrogeológicas del Campo de Níjar y Andarax, Almería. Por su parte, el suelo en el que crece tiene también un importante aporte de sales minerales, que presentan un porcentaje de sodio intercambiable mayor al 15%, mientras que el resto de zonas de cultivo presentan unos límites inferiores, incluso dentro de la propia provincia. Otro aspecto importante en el cultivo del tomate IGP es la luminosidad. Para este fruto, la radiación solar es básica tanto para el desarollo de la planta como para conseguir una coloración uniforme. Es la iluminación la que favorece y diferencia también a este tomate, pues Almería es la zona de Europa con más horas de sol, permitiendo también un perfecto desarrollo en los meses de invierno.

Todo este cúmulo de características, que solo pueden producirse en los campos de cultivo donde se produce el tomate con Indicación Geográfica Protegida, hacen que este fruto tenga altas cantidades del compuesto que, probablemente, más lo diferencia de cara a los beneficios que reporta para la salud en aquellos que lo consumen; el licopeno. Un pigmento vegetal, responsable del color rojo de los tomates, que aparece cuanto mayor es la concentración salina en las aguas de riego y del que los estudios científicos van constatando cada vez más propiedades saludables, sobre todo en lo que se refiere a la prevención de dolencias o enfermedades cardiovasculares, cáncer y otros problemas de diversa índole.

## IGP TOMATE LA CAÑADA

**El Primer tomate europeo con garantía de origen  
El tomate con mayores propiedades saludables del mundo**

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

[igp@elprimertomate.com](mailto:igp@elprimertomate.com)



Europa  
invierte en las zonas rurales

El clima, el agua, la tierra y las horas de sol con que se cultiva hacen del tomate de La Cañada el más saludable de Europa, por sus propiedades, su sabor, su seguridad y su alto contenido en licopeno y vitamina C. Por ello, la Comisión Europea lo ha reconocido como Indicación Geográfica Protegida.

