



Crece el consumo de queso en los hogares españoles

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

Profesor de la Universidad Complutense de Madrid

RESUMEN

Resulta habitual que los hogares españoles incluyan en su cesta de la compra queso (consumo por persona de 8 kilos y gasto per cápita de 56 euros). Durante los últimos cinco años, la demanda de estos productos se ha elevado significativamente (un 27% el consumo y un 30% el gasto). La enorme variedad existente en la familia de los quesos exige un análisis detallado de los mismos. Este trabajo se centra en el estudio de la demanda de queso en los hogares españoles, incidiendo en las diferencias que aparecen en el consumo en función de la clase social, la composición del hogar, la situación laboral, la edad, el tamaño del hogar, el municipio y hábitat de residencia o la tipología de hogar. Además se revisa la demanda de esta familia de productos estudiando específicamente la cuota de mercado de los principales formatos comerciales.

PALABRAS CLAVE: queso, productos lácteos, consumo hogares, gasto alimentación, cuota de mercado.

Durante el año 2011, cada español gastó en torno a 1.470 euros en productos de alimentación para consumo en el hogar. Dentro de este gasto, el queso se configura como uno de los principales productos en la familia de los lácteos, que representan el 8,5% del gasto total en alimentación.

La demanda de queso está extendida entre los hogares españoles y se cifra en cerca de 8 kilos por persona, con un gasto de 56,4 euros. El cuadro 1 detalla el consumo y el gasto en quesos de los hogares españoles durante el último ejercicio. En cifras absolutas, el consumo asciende a cerca de 368 millones de kilos, mientras que el gasto se cifra en 2.587 millones de euros. La enorme variedad existente en este producto supone que la demanda se fragmente y que los distintos tipos de queso cuenten con una participación diferente tanto en consumo como en gasto, tal y como refleja el gráfico 1 basado en datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA). Así, por ejemplo, el queso fres-

CUADRO 1

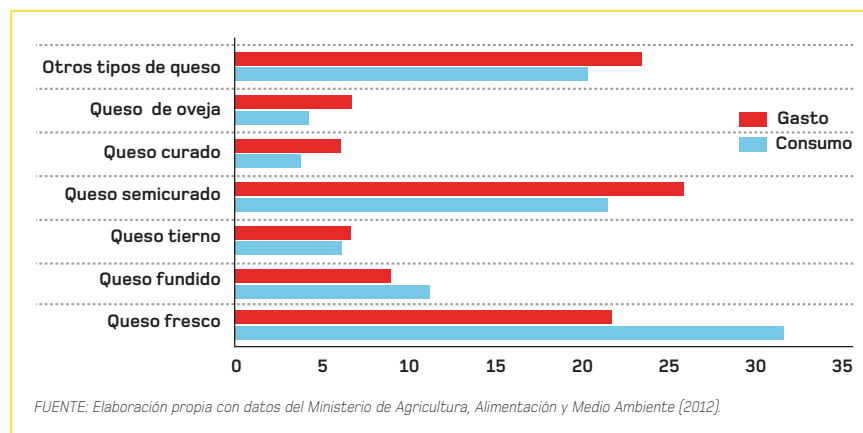
Consumo y gasto en queso en España, 2011

| | CONSUMO | | GASTO | | PRECIO MEDIO (EUROS POR KILO) |
|--------------------------|------------------------|--------------------|------------------------|--------------------|-------------------------------|
| | TOTAL (MILLONES KILOS) | PER CÁPITA (KILOS) | TOTAL (MILLONES EUROS) | PER CÁPITA (EUROS) | |
| Total quesos | 368,07 | 8,02 | 2.587,41 | 56,38 | 7,03 |
| Queso fresco | 116,70 | 2,54 | 557,90 | 12,16 | 4,78 |
| Queso fundido | 42,23 | 0,92 | 231,71 | 5,05 | 5,49 |
| Queso tierno | 22,70 | 0,49 | 181,59 | 3,96 | 8,00 |
| Queso semicurado | 77,84 | 1,70 | 668,69 | 14,57 | 8,59 |
| Queso curado | 16,31 | 0,36 | 160,26 | 3,49 | 9,83 |
| Queso de oveja | 17,29 | 0,38 | 180,11 | 3,92 | 10,41 |
| Queso de bola | 6,35 | 0,14 | 57,49 | 1,25 | 9,05 |
| Queso emmental y gruyere | 4,31 | 0,09 | 32,62 | 0,71 | 7,56 |
| Queso tipo azul | 3,22 | 0,07 | 33,50 | 0,73 | 10,41 |
| Otros tipos de queso | 61,12 | 1,33 | 483,55 | 10,54 | 7,91 |

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).

GRÁFICO 1

Consumo y gasto por variedades de queso. Porcentaje



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).

co representa casi un tercio del consumo (31,7%) y llega al 21,6% del gasto realizado en este producto. El queso semicurado también cuenta con una participación significativa tanto en consumo (21,2%) como en gasto (25,8%).

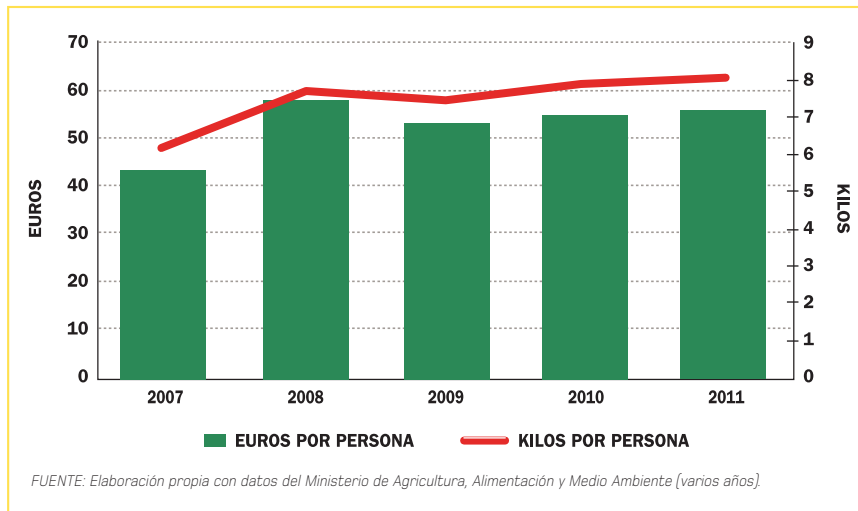
Durante los últimos cinco años, el consumo de queso ha aumentado 1,7 kilos por persona y el gasto se ha elevado 13 euros per cápita (gráfico 2). En el periodo 2007-2011, el gasto y el consumo más elevado se han producido en los años 2008 y 2011, respectivamente (58,2 euros y 8 kilos, en términos per cápita).

El gráfico 3 resume la evolución del consumo de queso durante el periodo



GRÁFICO 2

Evolución del consumo y del gasto en queso, 2007-2011



2007-2011 (se ha tomado como referencia la demanda en el año 2007 y, por tanto, se le otorga un valor 100). Para el conjunto de la familia de los quesos se ob-

serva un incremento durante estos 5 años (se ha pasado de 43,4 kilos en 2007 a 56,4 kilos en 2011). Con carácter general se observa un aumento de la de-

manda de los distintos tipos de queso, que resulta especialmente relevante en el queso tierno (se multiplica el consumo de 2007 por 2,5 en algunos años), también resulta importante el incremento de demanda en queso curado (142 en el año 2011) y en queso tipo azul (137 en el año 2011). Por el contrario se observa un estancamiento en el consumo de queso semicurado (100 en el año 2011) e incluso un retroceso en la demanda de queso de bola (82 en el año 2011).

HÁBITOS DE VIDA Y CONSUMO DE QUESOS

El consumo de quesos aparece condicionado por las diferentes características que tienen los individuos que realizan su demanda. Esto es, el tamaño de la población de residencia, el número de personas que componen el hogar, el nivel socio-

Solo tienes que introducir tus datos y el número de la contraetiqueta verde en nuestra página web: www.queixotetilla.org o enviarnos por correo la contraetiqueta junto con tu ticket de compra y tus datos personales y sabrás si has ganado el iPad, el robot de cocina o uno de los 50 delantales que regalamos mensualmente. Además todos los participantes entrarán en el sorteo mensual de 5 estancias en alojamientos de turismo rural y balnearios de Galicia. Recuerda. Si participas a través de internet conserva el ticket de compra y la contraetiqueta para poder retirar tu premio. Consello Regulador Queixo Tetilla Pazo de Quián, Sergude. 15881 Boqueixón (A Coruña). Tlf. 981 51 17 51

www.queixotetilla.org

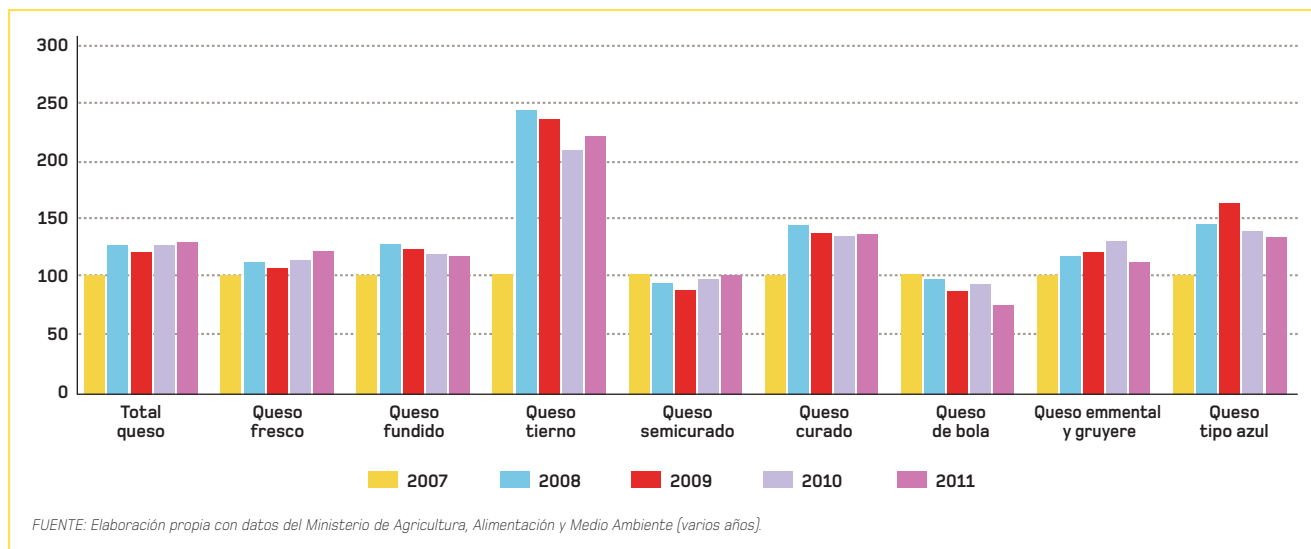
FEADER Estrategia Innovadora del Sector

XUNTA DE GALICIA



GRÁFICO 3

Evolución del consumo de queso en España (2007=100), 2007-2011



económico, la presencia o no de niños en la familia, la situación en el mercado laboral del encargado de realizar las compras o la edad del mismo son variables que intervienen significativamente en la decisión de compra de los distintos tipos de queso.

Sobre cada uno de estos factores se pueden plantear, a modo de ejemplo, las divergencias existentes con respecto a la media nacional en el consumo de queso. Así pues, resulta posible delimitar cuáles son las características del consumidor que aumentan o minoran la demanda de queso. En el gráfico 4 y en el cuadro 2 se han resumido algunas de las principales variables que condicionan el consumo de queso de los individuos en el hogar. Por una parte, el gráfico 4 calcula la desviación en kilos con respecto al consumo per cápita medio de queso (8 kilos) en función de algunas de las características de los hogares anteriormente citadas. Por otro lado, el cuadro 2 discrimina los consumos por encima y por debajo de la media en distintos tipos de queso (fresco, fundido, tierno, semicurado, curado y azul).

Las principales conclusiones obtenidas quedan sintetizadas en los siguientes puntos:

- El estrato económico en el que se en-

ROMANICO



ROMANICO

es la máxima expresión de todos los valores que se obtienen del aceite de oliva virgen extra.
Un mundo de aromas que se complementa con las exquisitas aceitunas, las almendras,
los patés, y nuestros vinagres.

AGROLES



PATRONOS de
Fundación
Dieta Mediterránea
www.fdmed.org



cuadra el hogar –y por tanto el nivel de ingresos– resulta determinante para el consumo de queso. Así, por ejemplo, los hogares de categoría baja consumen una cantidad inferior a la media (-1,9 kilos), lo mismo sucede en los hogares de categoría media baja (-0,4 kilos). Sin embargo, los hogares de las categorías media y alta y media-alta tienen un patrón de consumo de quesos con desviaciones positivas sobre la media (0,7 kilos y 1,7 kilos, respectivamente).

– La existencia de niños en el hogar se convierte en una circunstancia nega-

tiva para el consumo per cápita de quesos –sobre todo si están entre 6 y 15 años–, puesto que las desviaciones positivas sólo aparecen en la categoría de hogares sin niños (0,8 kilos por encima de la media). A modo de ejemplo, en los hogares con niños de entre 6 y 15 años solamente hay una demanda superior a la media en queso fundido y queso azul.

– La situación laboral del responsable de realizar las compras en el hogar se traduce, dentro de la demanda per cápita de quesos, en desviaciones positivas si la persona no trabaja y, por el

contrario, en desviaciones negativas cuando es una persona activa en el mercado laboral (las oscilaciones presentan una horquilla entre -0,2 kilos y 0,2 kilos).

– La repercusión de la edad del responsable de comprar en el hogar sobre el consumo per cápita de quesos ofrece una conclusión relevante: la demanda se incrementa conforme aumenta la edad del comprador. Como ejemplo puede citarse que los jóvenes menores de 35 años consumen -0,9 kilos por debajo de la media en queso, mientras que, por otro lado, los con-

3 razones para ser el mejor

- 1 Se elabora con leche fresca del día, de Cabra murciano-granadina.
- 2 Es el queso más premiado a nivel mundial de los últimos diez años.
- 3 Más de treinta años de experiencia nos permiten ofrecer una elaboración única y artesanal con un método secreto, que lo hace ser irrepetible.

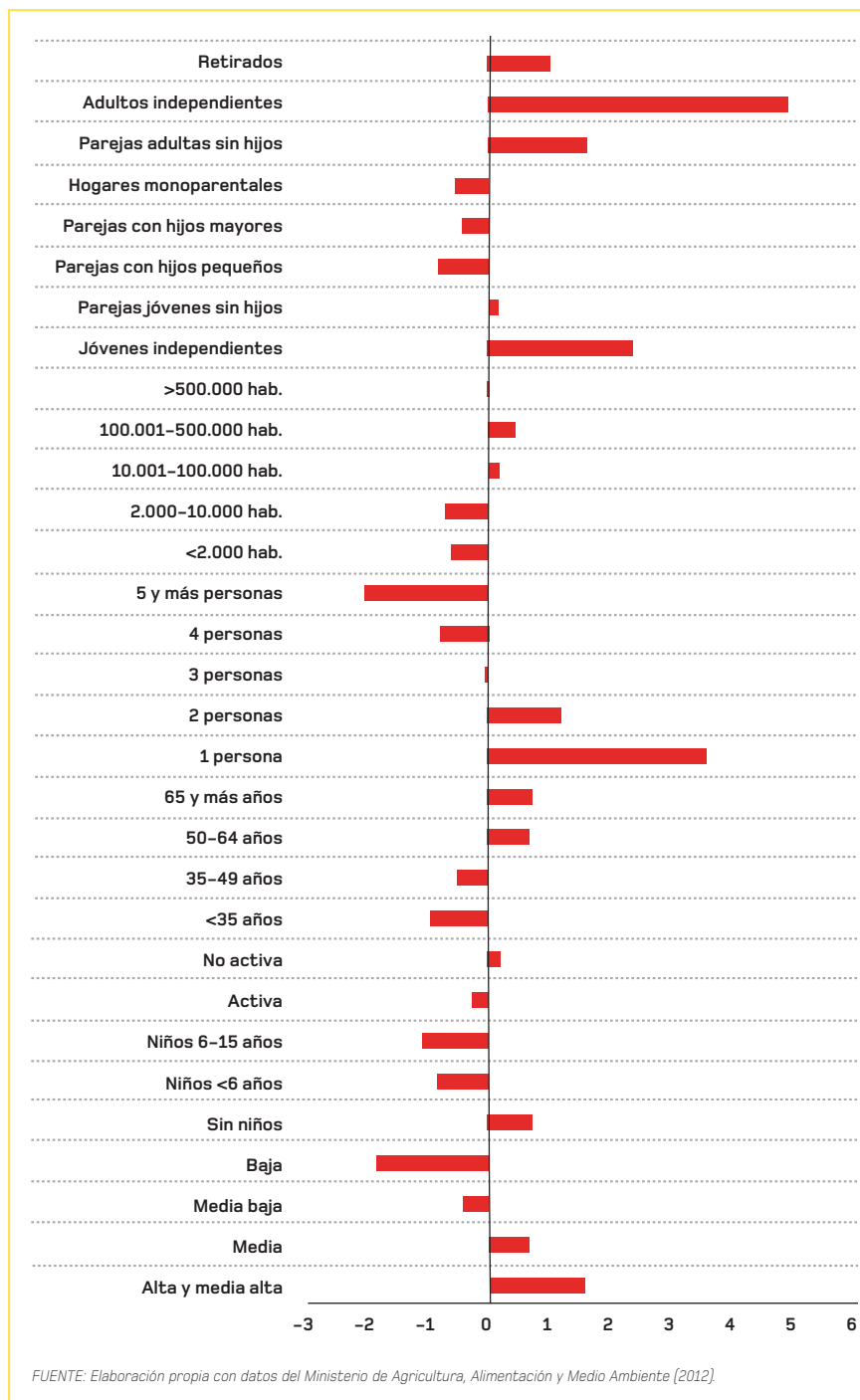


Montesinos
CASERO QUESOS



GRÁFICO 4

Desviaciones en el consumo per cápita de queso conforme a las características de los hogares (media nacional = 8 kilos por persona)



sumidores mayores de 65 años demandan 0,8 kilos por encima de la media de este producto.

– El tamaño de la familia se convierte en una variable importante para anali-

zar las divergencias en el consumo per cápita de quesos. El punto de inflexión entre las desviaciones positivas y las negativas se encuentra en tres miembros. Así, los hogares con

una y dos personas consumen, en términos per cápita, más queso que la media, mientras que sucede lo contrario en los hogares compuestos por tres, cuatro o más personas (por ejemplo, en los hogares con cinco o más personas se consumen -2,1 kilos per cápita de queso).

– El tamaño de la población repercute de una manera ambigua sobre el consumo de queso. En los pequeños municipios (menores de 2.000 habitantes y de 2.000 a 10.000 habitantes) existe una demanda por debajo de la media. En las grandes ciudades (mayores de 500.000 habitantes) el consumo es similar a la media nacional. En el resto de municipios (10.001 a 100.000 habitantes y 100.001 a 500.000 habitantes) la demanda es superior, tal y como muestra el cuadro 2.

– Por último, el análisis del consumo per cápita de quesos según la tipología del hogar ofrece una clasificación de los hogares con desviaciones positivas y de los hogares con desviaciones negativas. En el primer caso aparece un consumo por encima de la media en los hogares donde hay adultos independientes, parejas jóvenes sin hijos, parejas adultas sin hijos, adultos independientes y jubilados. Por contra, hay un consumo per cápita inferior a la media en parejas con hijos mayores, hogares monoparentales y parejas con hijos pequeños. El cuadro 2 ofrece varios escenarios en cuanto a la demanda de queso fresco, fundido, tierno, semicurado, curado y azul.

DIFERENCIAS TERRITORIALES

La demanda de quesos también difiere por comunidades autónomas. La heterogeneidad de la demanda es considerable, tal y como resume el cuadro 3 con el gasto per cápita efectuado para los distintos tipos de queso. Con carácter general, Canarias se presenta como la comu-

CUADRO 2

Diferencias en el consumo per cápita de queso conforme a las características de los hogares, 2011

| | | CONSUMO POR ENCIMA DE LA MEDIA | CONSUMO POR DEBAJO DE LA MEDIA |
|------------------------------------|----------------------------|---|---|
| Clase social | Alta y media alta | Fresco, fundido, tierno, semicurado, curado, azul | — |
| | Media | Fresco, fundido, tierno, semicurado, curado, azul | — |
| | Media baja | Fundido, tierno, curado, azul | Fresco, semicurado |
| | Baja | Azul | Fresco, fundido, tierno, semicurado, curado |
| Composición del hogar | Sin niños | Fresco, fundido, tierno, semicurado, curado, azul | — |
| | Niños < 6 años | Fresco, azul | Fundido, tierno, semicurado, curado |
| | Niños 6-15 años | Fundido, azul | Fresco, tierno, semicurado, curado |
| Situación mercado laboral | Activa | Fresco, fundido, tierno, azul | Semicurado, curado |
| | No activa | Fresco, fundido, tierno, semicurado, curado, azul | — |
| Edad | < 35 años | Fresco, fundido, azul | Tierno, semicurado, curado |
| | 35-49 años | Fundido, azul | Fresco, tierno, semicurado, curado |
| | 50-64 años | Fundido, tierno, semicurado, curado, azul | Fresco |
| | > 65 años | Fresco, tierno, semicurado, curado, azul | Fundido |
| Tamaño del hogar | 1 persona | Fresco, fundido, tierno, semicurado, curado, azul | — |
| | 2 personas | Fresco, tierno, semicurado, curado, azul | Fundido |
| | 3 personas | Fresco, fundido, tierno, semicurado, curado, azul | — |
| | 4 personas | Fundido, azul | Fresco, tierno, semicurado, curado |
| | 5 y más personas | Azul | Fresco, fundido, tierno, semicurado, curado |
| Tamaño municipio residencia | < 2.000 habitantes | Fundido, tierno, curado, azul | Fresco, semicurado |
| | 2.000-10.000 habitantes | Fundido, azul | Fresco, tierno, semicurado, curado |
| | 10.001-100.000 habitantes | Fresco, fundido, tierno, semicurado, curado, azul | — |
| | 100.001-500.000 habitantes | Fresco, fundido, tierno, semicurado, curado, azul | — |
| | > 500.000 habitantes | Tierno, curado, azul | Fresco, fundido, semicurado |
| Tipología de hogar | Jóvenes independientes | Fresco, fundido, tierno, semicurado, curado, azul | — |
| | Parejas jóvenes sin hijos | Fundido, tierno, semicurado, curado, azul | Fresco |
| | Parejas con hijos pequeños | Fresco, azul | Fundido, tierno, semicurado, curado |
| | Parejas con hijos mayores | Fundido, tierno, semicurado, curado, azul | Fresco |
| | Hogares monoparentales | Fundido, tierno, azul | Fresco, semicurado, curado |
| | Parejas adultas sin hijos | Fresco, tierno, semicurado, curado, azul | Fundido |
| | Adultos independientes | Fresco, fundido, tierno, semicurado, curado, azul | — |
| | Retirados | Fresco, tierno, semicurado, curado, azul | Fundido |

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).



AUTÉNTICO SABOR DE MENORCA



AUTÉNTICO SABOR AL CUADRADO

El queso **Mahón-Menorca D.O.P.** posee el sabor natural de nuestra Isla, declarada reserva de la Biosfera por la UNESCO.

Para elaborarlos empleamos leche recién ordeñada de nuestras vacas y un método de tradición milenaria. Después, el viento, la humedad y la luz de Menorca se encargan de proporcionar a nuestros quesos su sabor peculiar, intenso e inconfundible, que se ha convertido en el atributo más valorado por los consumidores. Es sabor de Menorca.

UN PRODUCTO ÚNICO

Estos factores unidos a su peculiar forma cuadrada con bordes redondeados y su color anaranjado característico, hacen que el queso Mahón-Menorca tenga una personalidad propia.

Disfruta de todas sus variedades: tierno, suave, semicurado, característico e inconfundible, y curado, una delicia para los amantes del queso.

Queso muy versátil en tu cocina: en ensaladas, en salsas para carnes o pescados, para gratinar con pasta, fundido en pizzas o tostadas, etc.

Sello de la D.O.P. garantía de calidad y autenticidad. El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Mahón-Menorca, certifica nuestros quesos, garantizando su origen, Menorca.

Compra fácil: Por internet o en comercios de todos los países.



Lomo de bacalao con setas y Queso Mahón

10 lonchas finas de Queso Mahón semicurado
2 lomos de bacalao
150 gr. de setas de temporada

Descubre más recetas en www.quesomahonmenorca.com

CUADRO 3

Gasto per cápita en quesos por comunidades autónomas, 2011

| | ESPAÑA | CATALUÑA | ARAGÓN | BALEARES | C. VALENCIANA | MURCIA | ANDALUCÍA | MADRID |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| Total queso | 56,4 | 63,6 | 49,7 | 68,0 | 63,1 | 66,0 | 49,9 | 51,3 |
| Queso fresco | 12,2 | 12,0 | 10,8 | 13,4 | 13,8 | 13,1 | 10,6 | 12,0 |
| Queso fresco light | 3,4 | 3,4 | 2,4 | 5,3 | 4,1 | 3,4 | 3,2 | 3,4 |
| Queso fresco bajo sal | 0,8 | 0,8 | 1,6 | 0,8 | 0,9 | 0,8 | 0,4 | 0,8 |
| Queso fresco calcio | 0,7 | 0,7 | 0,5 | 0,8 | 0,6 | 0,8 | 0,5 | 0,5 |
| Queso fundido | 5,0 | 5,1 | 5,1 | 3,4 | 4,2 | 5,3 | 4,2 | 4,5 |
| Queso tierno | 4,0 | 5,4 | 3,5 | 3,9 | 5,1 | 5,2 | 2,7 | 3,5 |
| Queso semicurado | 14,6 | 15,3 | 11,8 | 26,5 | 17,4 | 17,4 | 12,2 | 12,8 |
| Queso curado | 3,5 | 3,1 | 3,5 | 3,7 | 4,0 | 3,4 | 4,6 | 4,0 |
| Queso oveja | 3,9 | 4,0 | 4,5 | 3,0 | 3,0 | 3,3 | 5,6 | 3,7 |
| Queso de bola | 1,3 | 1,8 | 1,1 | 1,1 | 2,0 | 3,3 | 0,7 | 0,8 |
| Queso emmental y gruyere | 0,7 | 1,2 | 0,7 | 0,7 | 1,0 | 0,9 | 0,5 | 0,8 |
| Queso tipo azul | 0,7 | 0,9 | 0,5 | 0,8 | 0,7 | 0,8 | 0,7 | 0,6 |
| Otros quesos | 7,8 | 10,3 | 5,7 | 9,3 | 9,0 | 11,4 | 6,1 | 6,4 |

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2012).



nidad autónoma con un gasto más elevado (73,8 euros) frente a Castilla-La Mancha que tiene la demanda más reducida (43,5 euros); entre ambas comunidades autónomas existe una diferencia de gasto de más de 30 euros. El gasto medio en queso fresco asciende a 12,2 euros, aunque también se observan divergencias notables entre Canarias (17,2 euros) y Castilla-La Mancha (9,2 euros). En cuanto al queso fundido, Galicia (9,7 euros) y Baleares (3,4 euros) marcan los límites de oscilación de las distintas comunidades autónomas. El mayor gasto de la familia de los quesos se asocia al queso semicurado y se observa cómo Baleares (26,5 euros) gasta más del doble que Navarra (11,5 euros). El mayor consumo de queso de oveja se localiza en Extremadura (7,3 euros), mientras que el consumo menor aparece en Canarias (0,8 euros). Finalmente, en la partida de otros quesos, Canarias cuenta con el gasto más cuantioso (15,1 euros) frente a La Rioja (3,9 euros).

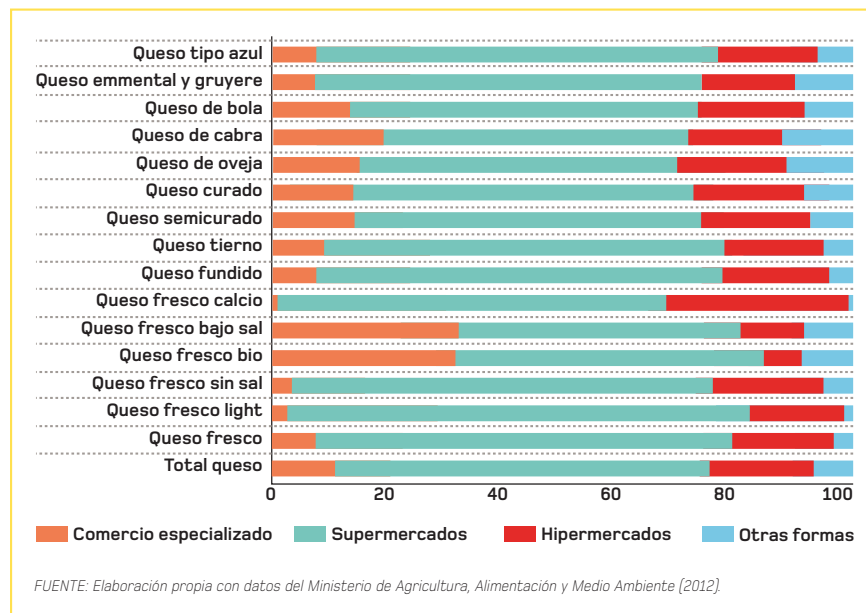
CUOTAS DE MERCADO

El gráfico 5 resume la participación en el mercado de los diferentes establecimien-

| CASTILLA-LA MANCHA | EXTREMADURA | CASTILLA Y LEÓN | GALICIA | ASTURIAS | CANTABRIA | PAÍS VASCO | LA RIOJA | NAVARRA | CANARIAS |
|--------------------|-------------|-----------------|---------|----------|-----------|------------|----------|---------|----------|
| 43,5 | 52,5 | 50,7 | 58,7 | 64,0 | 54,7 | 50,5 | 47,9 | 45,5 | 73,8 |
| 9,2 | 15,1 | 12,5 | 10,8 | 15,0 | 13,1 | 11,1 | 13,7 | 11,5 | 17,2 |
| 2,8 | 3,1 | 3,6 | 3,7 | 6,1 | 3,9 | 2,7 | 2,5 | 2,7 | 2,7 |
| 0,4 | 0,5 | 1,3 | 0,7 | 0,8 | 0,4 | 0,6 | 1,7 | 0,4 | 1,1 |
| 0,5 | 0,6 | 0,6 | 1,1 | 1,1 | 0,9 | 1,3 | 0,7 | 1,2 | 0,5 |
| 3,8 | 4,7 | 4,5 | 9,7 | 9,1 | 5,6 | 5,1 | 4,5 | 4,9 | 6,0 |
| 4,8 | 2,1 | 3,3 | 4,6 | 3,2 | 2,8 | 2,8 | 2,1 | 3,4 | 4,4 |
| 11,7 | 10,9 | 14,7 | 14,2 | 16,4 | 13,1 | 13,7 | 13,1 | 11,5 | 20,0 |
| 3,6 | 2,4 | 2,9 | 2,2 | 4,3 | 2,1 | 3,6 | 3,4 | 2,9 | 1,0 |
| 3,1 | 7,3 | 5,1 | 2,0 | 2,9 | 3,6 | 4,8 | 3,8 | 3,7 | 0,8 |
| 0,7 | 0,5 | 1,0 | 1,8 | 1,7 | 0,9 | 0,7 | 1,1 | 0,5 | 1,1 |
| 0,4 | 0,3 | 0,3 | 0,4 | 0,4 | 0,3 | 0,8 | 0,4 | 0,4 | 0,6 |
| 0,4 | 0,4 | 0,5 | 0,4 | 3,9 | 1,4 | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 0,6 |
| 4,4 | 4,2 | 4,3 | 11,5 | 5,1 | 8,6 | 5,4 | 3,9 | 4,7 | 15,1 |

GRÁFICO 5

Cuota de mercado en la distribución de quesos en España, 2011. Porcentaje



tos que comercializan quesos y, por tanto, marca cuáles son las preferencias de los hogares a la hora de adquirir estos productos. Parece claro que los supermercados son el formato que comercializa mayoritariamente quesos (alcanzan, por ejemplo, el 72% de queso fresco, el 70,1% de queso fundido o el 69,3% de queso tierno y de queso tipo azul). Para el

conjunto de esta familia, los hipermercados cuentan con una cuota del 17,8% y el comercio especializado está cerca del 11%.

El gráfico 5 también refleja la enorme heterogeneidad de las cuotas en función del tipo de queso comercializado. Los establecimientos tradicionales o especializados aglutinan un 32% de ventas en

quesos frescos bajos en sal, un 14% en queso curado y semicurado y casi un 20% en el queso de cabra. En el caso de los hipermercados, las cuotas más representativas están en queso fresco sin sal (19,1%), queso fresco con calcio (30,3%) y queso curado (18,9%). ■

BIBLIOGRAFÍA

- MAGRAMA (varios años): *Alimentación en España*, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid.
- MAGRAMA (2012): *Alimentación en España*, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Madrid, www.magrama.es
- MARTÍN, V.J. (2008): "1987-2007: dos décadas del Panel de Consumo Alimentario, evolución de los hábitos de compra y consumo en España", *Distribución y Consumo*, nº 100, p 208-240.
- MARTÍN, V.J. (2008): "Consumo y gasto en queso. Demanda en el hogar y en los establecimientos de restauración", *Distribución y Consumo*, nº 102, p 45-56.
- VARIOS AUTORES (2010): "Alimentación en España: Quesos", *Distribución y Consumo*, nº 111, p 81-111.
- MERCASA (2012): *Alimentación en España 2012. Producción, Industria, Distribución y Consumo*, Mercasa, Madrid. www.mercasa.es
- SAINZ, H. (2003): "Los españoles y el queso", *Distribución y Consumo*, nº 67, p 105-113.

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Aceite Sierra del Moncayo

Proceso de constitución

El 26 de marzo de 2007 se constituye la **ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE ACEITE DE LA SIERRA DEL MONCAYO** que es el Organismo encargado de promover y solicitar el **CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN "ACEITE SIERRA DEL MONCAYO"**. La Junta Directiva, está presidida por D. Miguel Ángel Lacámara Lafuente y la constituyen olivareros, almazareros y envasadores de la comarca de la Sierra del Moncayo.

Legalmente inscrita, forman parte del Consejo Regulador las siguientes cooperativas y almazaras:

Coop/Almazara

Soc. Coop. Comarcal Santo Cristo
Soc. Coop. Agrícola de Borja
Soc. Coop. Agraria San Atilano
Coop. Agrícola Ntra Sra Del Pilar
Aceites Ambel, S.L.

Municipio

Magallón
Borja
Tarazona
Novallas
Bulbunte

Aceite Sierra del Moncayo es, desde 2009, Denominación de Origen. La Oficina Comarcal Agroambiental (OCA), situada en la localidad zaragozana de Borja, publicó en el mes de diciembre de 2009 la decisión favorable para la creación de la Denominación de Origen Aceite Sierra del Moncayo, en nº 238 del 09/12/2009 en la Orden de 18 de noviembre de 2009.

Descripción de la zona geográfica y producciones

La Denominación de Origen se encuentra situada al este de Aragón, ocupando el noroeste de Zaragoza formando una unidad morfológica, geográfica e histórica homogénea que comprende las comarcas de Tarazona y el Moncayo y Campo de Borja, **con 2.500 agricultores censados y con más de 1.400 hectáreas de olivar para un total de 34 municipios**. La comarca cuenta con una producción media anual de más de 4,5 millones de kilos de aceituna.

Variedad de aceituna y características de los aceites

Se trata de las variedades conocidas como Empeltre, Arbequina, Negral, Verdial y Royal.

La valoración olfativa de los aceites virgen extra de Sierra del Moncayo, presentan aromas claramente perceptible de los descriptores sensoriales frutados de aceituna verde y/o madura, y frutos secos, asegurando un producto final multivarietal con propiedades propias y únicas que le hacen diferente al resto de las comarcas olivareas.

Son aceites equilibrados, destacando la armonía de los descriptores positivos amargo y picante. Agradables en boca, fáciles de tomar.



Parámetros físico-químicos y organolépticos

Análisis físico-químico

| Análisis físico-químico | Valores máximos admitidos |
|-------------------------|---------------------------|
| Acidez | 0,5° |
| K270 | 0,12 |
| K232 | 2,00 |
| Índice de Peróxidos | 16,00 |

Evaluación organoléptica

| | |
|---------------------|--------|
| Mediana del defecto | Md=0 |
| Mediana del frutado | Mf>2,5 |



EXCELENCIA
Y CALIDAD
DE NUESTRA TIERRA

CRDO Aceite Sierra del Moncayo

Avda. de la Paz, 27
50520 Magallón (Zaragoza)
info@aceitesierradelmoncayo.com

Sdad. Cooperativa Agrícola de Borja
Borja - Tel. 976 866 065

Aceites Ambel s.l

Bulbunte - Tel. 976 852 121

Sdad. Cooperativa Comarcal Santo Cristo
Magallón - Tel. 976 866 464

Coop. Ntra. Sra. del Pilar
Novallas - Tel. 976 198 288

Sdad. Cooperativa Agraria San Atilano
Tarazona - Tel. 976 640 081