

Especcias, condimentos y salsas

El mercado español de salsas y condimentos se sitúa en torno a las 430.000 toneladas, por un valor que supera los 630 millones de euros. Las demandas crecen en nuestro país en torno a un 2% anual. Los incrementos más importantes se registran en las salsas no tradicionales, entre las que destacan las salsas tex-mex y las salsas barbacoa. Por su parte, la principal oferta es el tradicional tomate frito, ya que representa el 39% de todas las ventas en volumen, aunque en valor su porcentaje se reduce hasta el 28%. En el extremo opuesto aparecen las otras salsas, cuya cuota en volumen es de apenas el 6%, mientras que en valor aumentan hasta llegar al 17%. Resultan también importantes las ventas de tomate triturado y tamizado (23% y 11%, respectivamente), las mayonesas (22% y 31%) y el ketchup (75 y 10%). La mostaza es otra de las ofertas más conocidas, aunque sus porcentajes de ventas no son muy importantes, ya que apenas suponen el 2% en volumen y el 3% en valor.



En Europa se comercializan unas 530.000 toneladas de salsas, entre las que las emulsionadas representan algo más del 75% del total. Además de éstas, son muy importantes las ventas de mostaza, con unas 185.000 toneladas. La principal producción europea de mostaza es la alemana, seguida por la de Francia y, a bastante distancia, Bélgica y España.

Por lo que hace referencia a las ventas de especias en nuestro país, nos encontramos ante un mercado de más de 165 millones de euros, con importantes crecimientos interanuales de alrededor del 5%. El comercio exterior es muy importante para las empresas del sector, ya que acapara el 40% de todo el volumen de negocio. Dentro de las ventas en la distribución moderna se sitúa en primer lugar en volumen el pimentón, con cerca del 28% del total. A continuación aparecen la pimienta (20%), el colorante (20%), la canela (7,6%), el comino (4,8%) y la nuez moscada (2,7%). Atendiendo a su valor estos porcentajes varían significativamente, ya que el primer lugar es ocupado por la pimienta (17,1%), seguida por el azafrán (16,2%), el colorante (11,8%) y la canela (9,2%). Dentro de las hierbas alimentarias, la principal partida es la del ajo (47,1% en volumen y 18,8% en valor). A continuación aparecen el orégano (13,8% y 20%), el perejil (12% y 20,6%) y el laurel (5,9% y 13,3%). ●

PRINCIPALES EMPRESAS DEL SECTOR DE VINAGRES, SALSAS Y CONDIMENTOS

EMPRESA	VENTAS MILL. EUROS
SOS CUÉTARA, S.A. (GRUPO) *	1.408,89
NESTLÉ ESPAÑA, S.A. *	1.277,24
UNILEVER FOODS ESPAÑA, S.A. *	591,30
KRAFT FOODS ESPAÑA, S.L. *	350,00
NUTREXPA, S.L. *	264,38
ACEITES BORGES PONT, S.A. *	250,00
HERO ESPAÑA, S.A. *	240,50
HIJOS DE YBARRA, S.A. (GRUPO) *	185,00
GRUPO HELIOS *	114,00
MORENO, S.A. *	110,00

* Sus datos incluyen líneas de negocio en otros sectores.

- Datos de 2007.

FUENTE: Informe Anual Alimarket/2008.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector empresarial de fabricantes y comercializadores de especias en España presenta un significativo grado de concentración, aunque su base está compuesta por un importante número de pequeñas y medianas empresas. Junto a éstas aparecen algunos grandes grupos que, a menudo, son filiales de importantes compañías multinacionales. Se considera que se encuentran en funcionamiento unos 110 operadores, en su mayoría radicados en Castilla-La Mancha y la Comunidad Valenciana. Los 11 grupos que constituyen la Asociación Española de Elaboradores y Envasadores de Especias y Condimentos acaparan el 80% de todas las ventas en el mercado interior. Las empresas del sector generan alrededor de 2.400 puestos de trabajo directos. Las marcas de distribución tienen una gran importancia en el mercado de especias y condimentos, ya que acaparan el 45% de las ventas, mientras que el restante 55% es el porcentaje que corresponde a las marcas de fabricante. La principal empresa del sector es una filial de un grupo multinacional y controla en torno al 19% de todas las ventas en volumen y el 27% en valor, mientras que la segunda se queda en el 14% y el 17%, respectivamente.

Por lo que hace referencia a las empresas de salsas y condimentos, la penetración de capitales internacionales constituye su rasgo más sobresaliente. Constituyen este sector unas 200 industrias, con más de 4.000 trabajadores. Castilla-La Mancha y la Comunidad Valenciana son, también, las comunidades autónomas que registran un mayor número de empresas de este sector, seguidas por Murcia, Aragón, Cataluña y Andalucía. Junto a las filiales de grandes compañías multinacionales aparecen algunos operadores especialistas en ofertas determinadas y empresas con una amplia oferta de productos, en las que las salsas constituyen una de sus líneas de actividad. Las marcas blancas son muy importantes en las ofertas más tradicionales. Así, en el caso de las mayonesas, las marcas de distribución representan el 33% de todas las ventas en volumen y algo más del 22% en valor, mientras que en el ketchup llegan hasta el 40% y el 27%, respectivamente. En el caso de las marcas de fabricante, la más importante entre las mayonesas presenta unos porcentajes del 18% en volumen y valor, mientras que la segunda ronda el 16% y el 22%, y la tercera supera el 10% en volumen y el 13% en valor. Dentro del ketchup, la primera oferta marquista supone unas cuotas de ventas del 17% y del 30%, respectivamente. ○



COMERCIO EXTERIOR

Las exportaciones constituyen un elemento clave para la supervivencia del sector español de especias y hierbas alimentarias, ya que alrededor del 40% de toda la producción española se comercializa en el exterior. El pimentón constituye la principal partida de exportación, con unas ventas anuales por encima de los 40 millones de euros, seguida por el azafrán, con unos 25 millones de euros. Los principales mercados de destino para la primera son otros países de la Unión Europea, mientras que para la segunda aparecen en los primeros lugares Estados Unidos, Arabia Saudita y Suecia. Las importaciones resultan también importantes, ya que muchas de las principales especias no se producen en nuestro país. La pimienta aparece como la más importante especia importada, con algo más de 3.500 toneladas. A bastante distancia aparecen la canela, la nuez moscada y el curry. En el caso del azafrán, las principales importaciones provienen de otros países de la cuenca mediterránea y de Oriente Medio. El comercio exterior de salsas, condimentos y sazonadoras es claramente favorable para nuestro país, con unas exportaciones de unas 120 toneladas, con un valor que se acerca a los 170 millones de euros. Las exportaciones presentan unos crecimientos que rondan el 10% anual tanto en volumen como en valor. Las mayonesas y el ketchup aparecen como las principales partidas de exportación. También han adquirido una gran importancia las exportaciones de ovoproductos destinados a la elaboración de salsas. Los principales mercados de destino son otros países de la Unión Europea. En el caso de las importaciones, éstas se sitúan en torno a las 50 toneladas, por un valor de unos 85 millones de euros. Las importaciones están creciendo de manera muy importante. La mostaza aparece como la principal partida importada. Francia aparece como nuestro principal proveedor en este caso. ○

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

Durante el año 2008, el consumo total de salsas ascendió a cerca de 217,3 millones de kilos y supuso un gasto próximo a 591,5 millones de euros. El mayor porcentaje de consumo se concentra en la restauración comercial (53,8%), mientras que los hogares suponen el 40,1% y la restauración social y colectiva, el 6,1% restante.

En cuanto al gasto, el mayor porcentaje se registró en los hogares (49,2%), mientras que la restauración comercial supuso el 47,4% y la restauración social y colectiva, el 3,4% restante. En la estructura de consumo de los hogares, la mayonesa tiene una presencia notable (52,5%), el ketchup alcanza el 22,5% y el resto de salsas representan el 25% restante. En la restauración comercial, la mayonesa supone un 24,1%, el ketchup el 20,4% y el resto de salsas el 55,5% restante. En la restauración colectiva y social, la mayonesa representa un 23%, el ketchup el 7,4% y el resto de salsas supone el 69,6% restante.

Hogares

Durante el año 2008, los hogares españoles consumieron cerca de 87,3 millones de kilos de salsas y gastaron 290,9 millones de euros en estos productos. En términos per cápita se llegó a 1,94 kilos de consumo y 6,47 euros de gasto.

El consumo más notable se asocia a la mayonesa (1,02 kilos por persona y año), seguido del ketchup (0,44 kilos per cápita). En términos de gasto, la mayonesa concentra el 43,7%, con un total de 2,83 euros por persona, mientras que el ketchup presenta un porcentaje del 15,3% y un total de 0,99 euros por persona al año.



En términos per cápita, el consumo de salsas durante el año 2008 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- Los hogares con niños de 6 a 15 años consumen más cantidad de salsas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.
- Si la persona encargada de hacer la compra trabaja fuera del hogar, el consumo de salsas es superior.
- En los hogares donde compra una persona con menos de 35 años, el consumo de salsas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene más de 65 años.
- Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de salsas, mientras que los índices van disminuyendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- Los consumidores que residen en municipios con censos de entre 100.000 y 500.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de salsas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los pequeños núcleos de población (menos de 2.000 habitantes).
- Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en hogares en el caso de jóvenes y adultos independientes, parejas jóvenes sin hijos y en los hogares monoparentales, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre los retirados, las parejas adultas sin hijos y las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos.

–Finalmente, por comunidades autónomas, Canarias y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Galicia y Navarra.

En cuanto al lugar de compra, en 2008 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de salsas a los supermercados (65% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en estos productos una cuota del 29%. Los establecimientos especializados y las otras formas comerciales representan un 3% para cada uno de los casos.

Restauración, colectividades e instituciones

Durante el año 2008, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron 130 millones de kilos de salsas y gastaron cerca de 300 millones de euros en estos productos. En la demanda extradoméstica de salsas, el tomate frito representa un 26,3% del consumo y un 12% del gasto, la mayonesa el 24% del consumo y el 20,9% del gasto, el ketchup el 19,1% del consumo y el 15,7% del gasto, y el resto de salsas el 30,6% del consumo y el 51,4% del gasto.

En la restauración comercial, el tomate frito representa un 22% del consumo y un 9,9% del gasto, la mayonesa el 24,1% del consumo y el 20,2% del gasto, el ketchup el 20,4% del consumo y el 16,2% del gasto, y el resto de salsas el 33,5% del consumo y el 53,7% del gasto.

En la restauración colectiva y social, el tomate frito representa un 65% del consumo y un 41,5% del gasto, la mayonesa el 23% del consumo y el 30,4% del gasto, el ketchup el 7,4% del consumo y el 9,7% del gasto, y el resto de salsas el 4,6% del consumo y el 18,4% del gasto.

En la restauración comercial, la restauración organizada concentra el 51% de la demanda de salsas, los bares y cafeterías el 19%, los restaurantes independientes el 18% y los hoteles el 12%.

Por áreas geográficas, la restauración comercial demanda el mayor volumen de salsas en Madrid, Andalucía y Extremadura. La restauración comercial utiliza al fabricante como principal fuente de aprovisionamiento de salsas (alcanza una cuota del 55%), seguido del mayorista, con una cuota del 35%. El cash & carry alcanza una cuota del 7% y el libreservicio (hipermercado y supermercado) el 1%. El resto de canales de compra alcanzan el 2% restante. ○

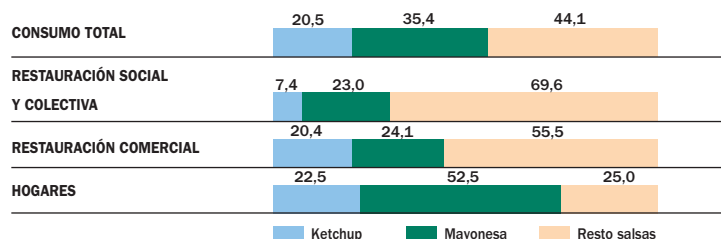
CONSUMO (MILLONES DE KILOS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS) DE SALSAS EN ESPAÑA

2008

	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto
TOTAL SALSAS	87,28	290,89	116,96	280,21	13,11	20,41	217,35	591,51
KETCHUP	19,64	44,75	23,91	45,29	0,97	1,99	44,52	92,03
MAYONESA	45,84	127,23	28,16	56,70	3,02	6,21	77,02	190,14
RESTO SALSAS	21,80	118,91	64,89	178,22	9,12	12,21	95,81	309,34

PARTICIPACIÓN DE LAS SALSAS EN EL CONSUMO PORCENTAJE

2008



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

CONSUMO (MILLONES DE KILOS/KILOS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS/EUROS) EN SALSAS DE LOS HOGARES

2008

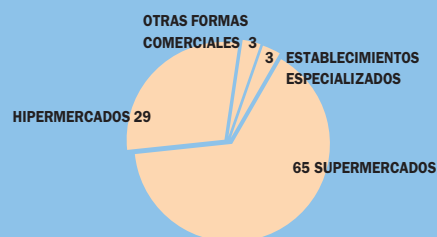
	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL	PER CÁPITA	TOTAL	PER CÁPITA
TOTAL SALSAS	87,28	1,94	290,89	6,47
KETCHUP	19,64	0,44	44,75	0,99
MAYONESA	45,84	1,02	127,23	2,83
MAYONESA LIGHT	12,02	0,27	36,47	0,81
MOSTAZA	2,33	0,05	8,74	0,19
OTRAS SALSAS	19,47	0,43	110,17	2,45



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SALSAS POR FORMATOS PARA HOGARES

PORCENTAJE

2008



CONSUMO (MILLONES DE KILOS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS) EN SALSAS DE LA RESTAURACIÓN COMERCIAL, COLECTIVA Y SOCIAL

2008

	RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL RESTAURACIÓN	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
TOTAL SALSAS	116,96	280,21	13,11	20,41	130,07	300,62
KETCHUP	23,91	45,29	0,97	1,99	24,88	47,28
MAYONESA	28,16	56,70	3,02	6,21	31,19	62,90
TOMATE FRITO	25,73	27,77	8,52	8,48	34,25	36,25
RESTO SALSAS	39,15	150,45	0,60	3,74	39,76	154,18

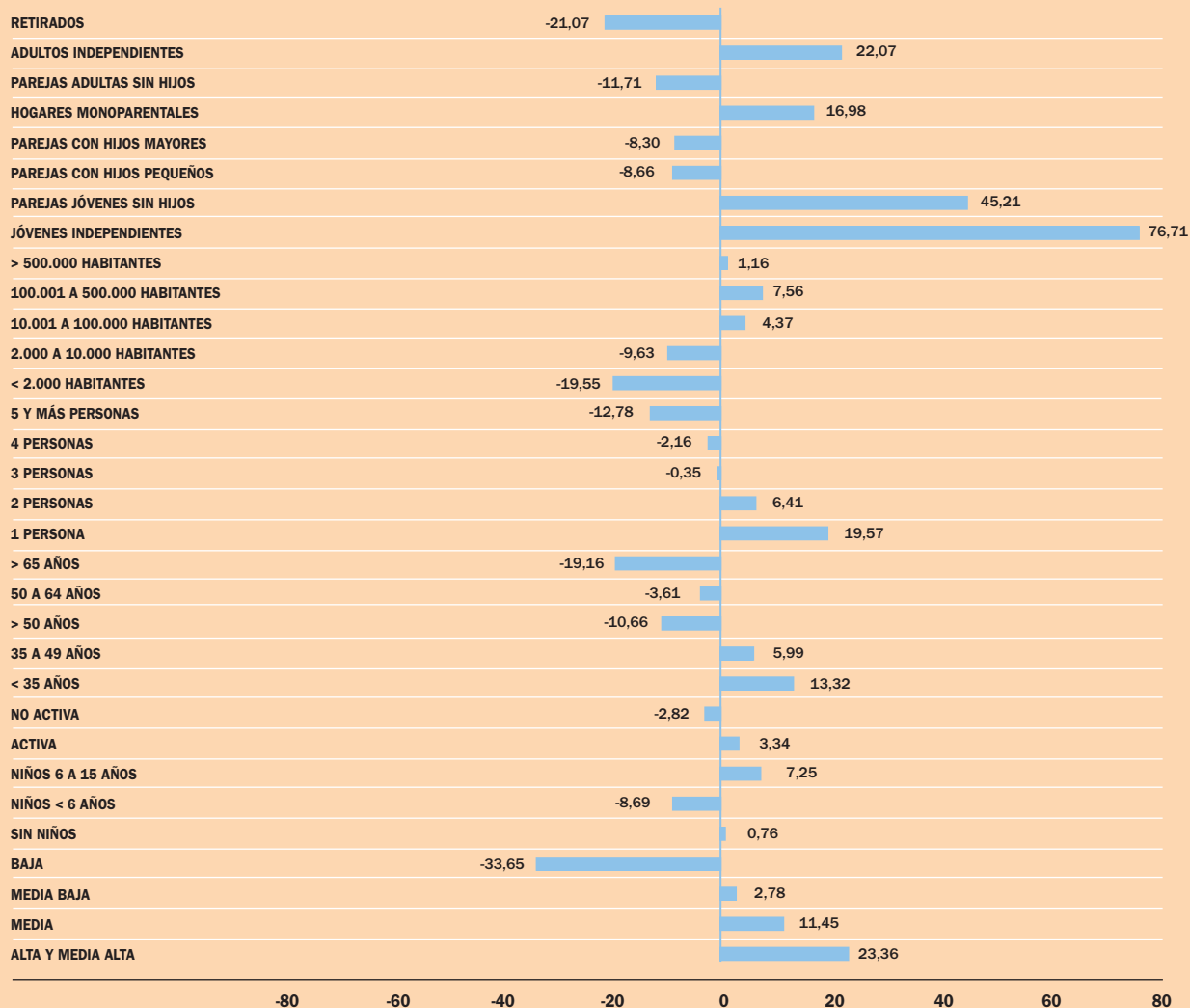


FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

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

PORCENTAJE

2008

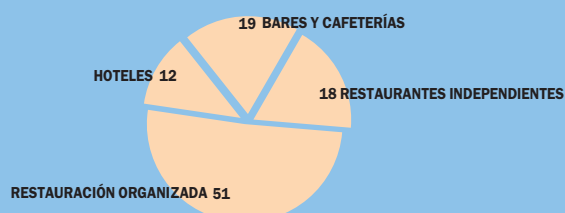


* Media nacional = 1,9 kilos por persona

DEMANDA DE SALSAS POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO EN LA RESTAURACIÓN COMERCIAL

PORCENTAJE

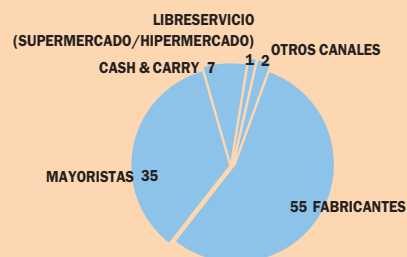
2008



FORMAS DE APROVISIONAMIENTO DE SALSAS EN LA RESTAURACIÓN COMERCIAL

PORCENTAJE

2008



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

Sal

En nuestro país se producen algo menos de 4 millones de toneladas de sal, sin apenas variaciones interanuales. En el caso de la sal gema se llega hasta unos 2,4 millones de toneladas, mientras que 1,5 millones de toneladas son de sal marina y alrededor de 100.000 toneladas de sal de manantial. La mayor producción de sal en España se registra en Cantabria, con 1,7 millones de toneladas. A mucha distancia se sitúan la Comunidad Valenciana, con algo menos de un millón de toneladas, Cataluña, con cerca de medio millón de toneladas, Andalucía y Aragón. La industria absorbe alrededor del 60% de toda la sal que se produce en nuestro país, mientras que el consumo humano representa otro 20%. Los porcentajes restantes se los reparten las labores de deshielo de calles y carreteras y las tareas de curtiduría.

En el mundo se producen unos 190 millones de toneladas de sal, mientras que en la Unión Europea se registra una producción de más de 41 millones de toneladas. Estados Unidos es el principal productor de sal, con 42,1 millones de toneladas. A continuación aparecen China (22,4 millones de toneladas), Alemania (15 millones), Canadá (13,2 millones), India (9,4 millones) y México (8,5 millones).

Las exportaciones españolas de sal rondan las 850.000 toneladas, frente a unas importaciones que superan las 45.000 to-



neladas. Los mayores mercados de destino son otros países de la Unión Europea, hacia donde se dirige el 75% de todo este comercio exterior. Francia, Italia y Portugal aparecen como los principales clientes de la sal española. La empresa más importante del sector alcanza una producción superior a 1,8 millones de toneladas, mientras que la segunda se sitúa en torno al millón de toneladas. ●

DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

Durante el año 2008, el consumo total de sal ascendió a cerca de 81,9 millones de kilos y supuso un gasto próximo a 28 millones de euros. El mayor porcentaje de consumo se concentró en los hogares (70%), mientras que la restauración comercial supuso el 25,5% y la restauración social y colectiva, el 4,5% restante.

Hogares

Durante el año 2008, los hogares españoles consumieron cerca de 57,4 millones de kilos de sal y gastaron 19,98 millones de euros en este producto. En términos per cápita se llegó a 1,28 kilos de consumo y 0,44 euros de gasto.

En términos per cápita, el consumo de sal durante el año 2008 presenta distintas particularidades:

- Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.*
- Los hogares sin niños consumen más cantidad de sal, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de 6 años.*
- Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de sal es superior.*
- En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de sal es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.*
- Los hogares formados por dos personas muestran los consumos más elevados de sal, mientras que los índices son más reducidos en los hogares en los que habitan cuatro miembros.*



–Los consumidores que residen en núcleos de población con censos inferiores a 10.000 habitantes cuentan con mayor consumo per cápita de sal, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de más de 100.000 habitantes.

–Por tipología de hogares se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en hogares en el caso de parejas adultas sin hijos, retirados y adultos independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, los jóvenes independientes y los hogares monoparentales.

–Finalmente, por comunidades autónomas, Extremadura y Castilla-La Mancha cuentan con los mayores consumos, mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Baleares y Cantabria.

En cuanto al lugar de compra, en 2008 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de sal a los supermercados (65% de cuota de mercado). Los hipermercados alcanzan en este producto una cuota del 25% y los establecimientos especializados llegan al 6%. Las otras formas comerciales suponen el 4% restante.

Restauración, colectividades e instituciones

Durante el año 2008, los establecimientos de restauración comercial y restauración colectiva y social adquirieron 24,5 millones de kilos de sal y gastaron 8 millones de euros en este producto. En la restauración comercial, la sal representa un 84,9% del consumo y un 84,4% del gasto, y en la restauración colectiva y social, un 15,1% del consumo y un 15,6% del gasto.

En la restauración comercial, los restaurantes independientes concentran el 39% del consumo de sal, los bares y cafeterías el 35%, los hoteles el 21% y la restauración organizada el 5% restante.

Por áreas geográficas, la restauración comercial demanda el mayor volumen de sal en Andalucía, Extremadura, Comunidad Valenciana y Murcia.

La restauración comercial utiliza al mayorista como principal fuente de aprovisionamiento de sal (alcanza una cuota del 58%), seguido del cash & carry, con una cuota del 24%, así como del fabricante, con una cuota del 7%. El librespervicio (supermercados e hipermercados) presenta un porcentaje del 6%. El resto de canales de compra concentran el 5% restante. ○

CONSUMO (MILLONES DE KILOS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS) EN SAL ESPAÑA

2008

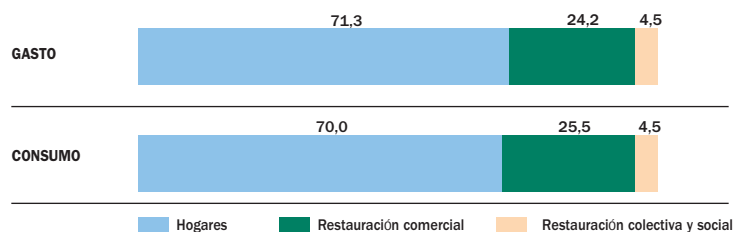
	HOGARES		RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL	
	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto	Consumo	Gasto
TOTAL SAL	57,36	19,98	20,85	6,78	3,7	1,25	81,91	28,01

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

PARTICIPACIÓN EN EL CONSUMO Y EN EL GASTO DE SAL

PORCENTAJE

2008



CUOTA DE MERCADO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE SAL POR FORMATOS PARA HOGARES

PORCENTAJE

2008



CONSUMO (MILLONES DE KILOS/KILOS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS/EUROS) EN SAL DE LOS HOGARES

2008

	CONSUMO		GASTO	
	TOTAL	PER CÁPITA	TOTAL	PER CÁPITA
TOTAL SAL	57,36	1,28	19,98	0,44

CONSUMO (MILLONES DE KILOS) Y GASTO (MILLONES DE EUROS) EN SAL DE LA RESTAURACIÓN COMERCIAL, COLECTIVA Y SOCIAL

2008

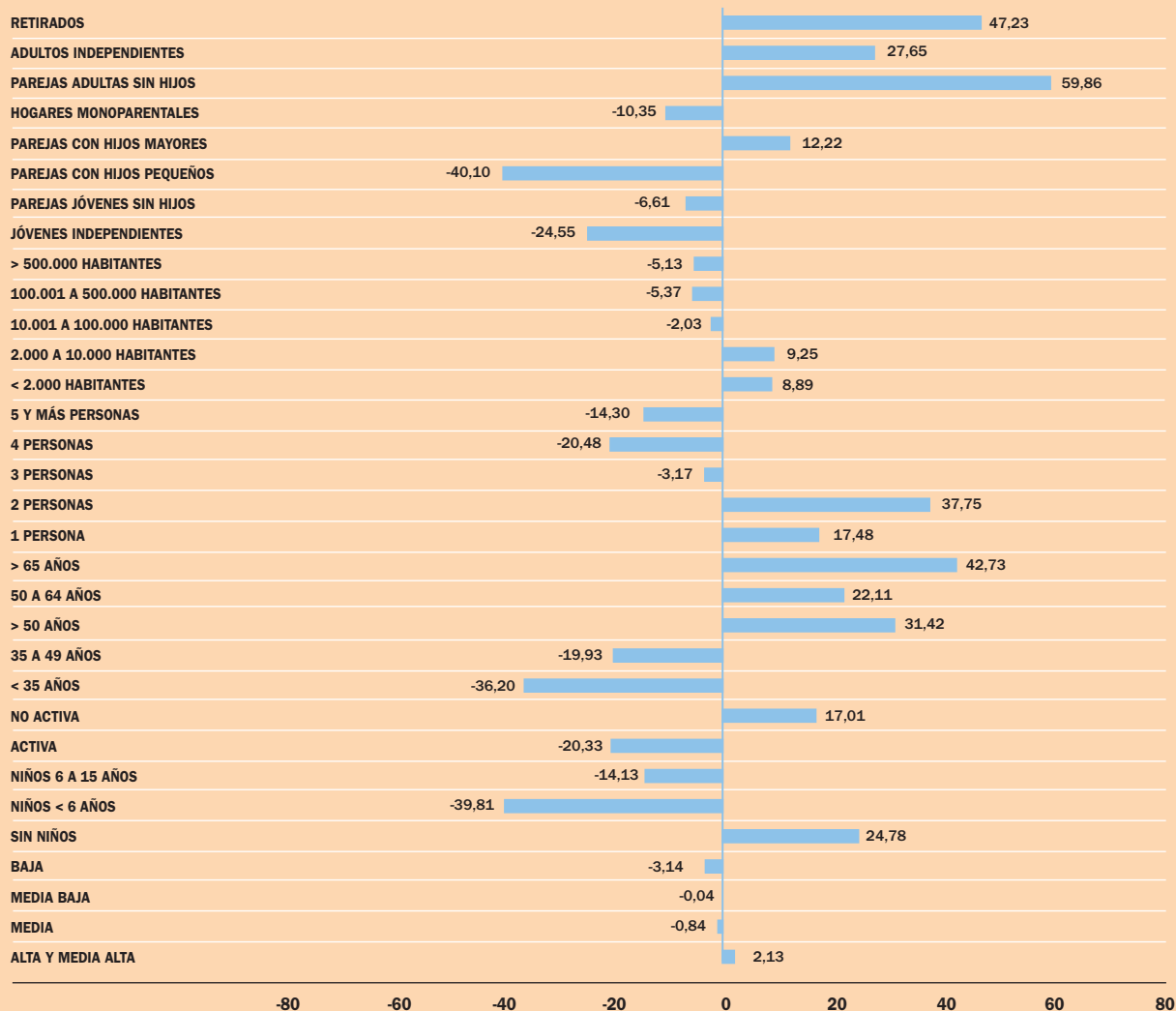
	RESTAURACIÓN COMERCIAL		RESTAURACIÓN COLECTIVA Y SOCIAL		TOTAL RESTAURACIÓN	
	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO	CONSUMO	GASTO
TOTAL SAL	20,85	6,78	3,70	1,25	24,55	8,03

FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

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

PORCENTAJE

2008

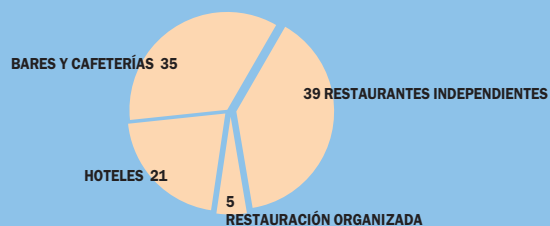


* Media nacional = 1,3 kilos por persona

DEMANDA DE SAL POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO EN LA RESTAURACIÓN COMERCIAL

PORCENTAJE

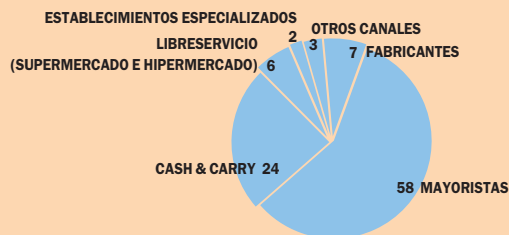
2008



FORMAS DE APROVISIONAMIENTO DE SAL EN LA RESTAURACIÓN COMERCIAL

PORCENTAJE

2008



FUENTE: Elaboración propia con datos del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

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

CANARIAS

DENOMINACIONES DE ORIGEN

COCHINILLA DE LANZAROTE *

CASTILLA-LA MANCHA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

AZAFRÁN DE LA MANCHA ☺

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

PIMENTÓN DE LA VERA ☺

MURCIA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

PIMENTÓN DE MURCIA ☺

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

Azafrán de La Mancha ☺

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



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

CARACTERÍSTICAS: Es una especia constituida por los estigmas florales del *Crocus sativus L.* unidos a su correspondiente estilo y adecuadamente desecados. Este azafrán se caracteriza por sus hebras flexibles y resistentes, de un color rojo vivo brillante, aroma intenso, seco y penetrante, ligero aroma a mies o hierba fina con reminiscencias florales y un sabor ligeramente amargo, aromático y seco (no astringente).

DATOS BÁSICOS: En los registros de la DOP hay inscritos 320 productores y 6 empresas envasadoras, que producen y comercializan 425 kilos al año de Azafrán de La Mancha con DOP.

Pimentón de La Vera ☺

DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



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

CARACTERÍSTICAS: Los pimientos son del género *Capsicum annuum* y dan lugar a 3 tipos de pimentón: dulce, agrídulce y picante. En marzo se inicia su cultivo en semilleros en los que permanecen hasta mayo, procediéndose a su trasplante a terrenos de asiento. El ciclo de cultivo de la planta se prolonga hasta primeros de octubre, mes en el que tiene lugar la recolección y su posterior selección, secado y molienda para la obtención del pimentón.

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

Pimentón de Murcia ☺ DENOMINACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA



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

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

DATOS BÁSICOS: En el Consejo Regulador figuran inscritas 410 hectáreas de cultivo y 10 empresas que producen más de medio millón de kilos y comercializan una media anual de 250.000 kilos con DOP.