

XXXVIII EDICIÓN
PREMIOS
2026

#alimentosdespaña

E S P

A Ñ A

S A B E

EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

XXXVIII EDICIÓN PREMIOS 2026

#alimentosdespaña

Título:

XXXVIII Edición. Premios Alimentos de España 2026.

Edita:

© Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones.

Unidad proponente:

Secretaría General de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria,
Dirección General de Alimentación.
Subdirección General de Promoción de los Alimentos de España.

Diseño y maquetación:

Centro de Publicaciones del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Impresión y encuadernación:

Centro de Publicaciones del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

NIPO línea: 003-26-103-6

NIPO papel: 003-26-102-0

Depósito Legal: M-24432-2026

Tienda online:

<https://www.mapa.gob.es/es/>

<https://servicio.mapa.gob.es/tienda/>

e-mail:

centropublicaciones@mapa.es

Catálogo de Publicaciones de la Administración General del Estado:

<https://cpage.mpr.gob.es/>

En esta publicación se ha utilizado papel libre de cloro de acuerdo con los criterios medioambientales de la contratación pública.

E S P
A Ñ A
S A B E

EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO

XXXVIII PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA: EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO

ESPAÑA SABE, sabe a territorio, a diversidad, a cultura y a talento. Detrás de cada alimento hay mucho más que un producto: hay personas, conocimiento, tradición, trabajo e innovación. Hay territorios que cuidan y transforman sus recursos y una manera de entender la alimentación que forma parte de nuestra identidad.

La gastronomía española es, por ello, cultura y estilo de vida, pero también economía, empleo, turismo, conocimiento y una poderosa herramienta de proyección internacional. En este contexto se enmarca el Plan Internacional de la Gastronomía Española, que busca reforzar la contribución de la gastronomía a la creación de valor en toda la cadena alimentaria y a la generación de nuevas oportunidades para España.

Una mirada que encuentra, en la nueva campaña del ministerio bajo el lema “*España Sabe*”, una forma de contar y compartir todo aquello que hay detrás de nuestros alimentos. Porque España sabe a nuestros paisajes, a nuestros mares y a nuestras culturas; sabe a diversidad y a una gastronomía que ha convertido el sabor en una de nuestras principales señas de identidad. “*España Sabe*” es también una invitación a reconocernos en lo que producimos, hacemos y compartimos, y a proyectarlo más allá de nuestras fronteras.

Y es precisamente en esa historia colectiva donde cobran sentido los Premios Alimentos de España. Un reconocimiento a quienes, a lo largo de toda la cadena alimentaria, hacen posible que nuestros alimentos sean expresión de calidad, excelencia, diversidad y creatividad. Agricultores, ganaderos, pescadores, empresas, profesionales y territorios que combinan tradición e innovación y que contribuyen a preservar nuestro patrimonio y a construir nuevas oportunidades.

Este libro reúne a sus protagonistas: personas, proyectos y productos que nos recuerdan que, detrás de cada alimento, ESPAÑA SABE.

**PREMIO
ALIMENTOS DE ESPAÑA
2026**

PREMIO EXTRAORDINARIO

Protos Bodega Ribera Duero de Peñafiel, S.L., Peñafiel (Valladolid)

PREMIO A LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

Galletas Gullón, S.A., Aguilar de Campoo (Palencia)

PREMIO A LA INNOVACIÓN

Oleoestepa, Sdad. Coop. And., Estepa (Sevilla)

PREMIO A LA INICIATIVA EMPRENDEDORA

La Llildiria, S.L. (La Lleldiría), San Roque de Riomiera (Cantabria)

PREMIO A LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

Kikiricoop, S. Coop. Astur., Cabranes (Asturias)

PREMIO A LA INTERNACIONALIZACIÓN ALIMENTARIA

Organización Interprofesional Agroalimentaria de la Carne de Vacuno (PROVACUNO)

PREMIO A LA PRODUCCIÓN DE LA PESCA Y DE LA ACUICULTURA

Cofradía de Pescadores San José de Cangas, Cangas (Pontevedra)

PREMIO A LA COMUNICACIÓN

Organización de Productores Asociados de Grandes Atuneros Congeladores (OPAGAC)

PREMIO A LA PROMOCIÓN

Organización Interprofesional del Ovino y el Caprino de Carne (INTEROVIC)

PREMIO A LA RESTAURACIÓN

Dársena Interior, S.L., (Alicante)

PREMIO A LA INICIATIVA PARA LA REDUCCIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO

Proyecto REDONA, dirigido por Norat Roig Tierno
Universitat Politècnica de València (UPV)

**PREMIO
ALIMENTOS DE ESPAÑA
MEJORES ACEITES DE OLIVA VIRGEN EXTRA
CAMPAÑA 2025-2026**

PREMIO ESPECIAL Y PREMIO FRUTADO VERDE AMARGO

Agrícola de Bailén Virgen de Zocueca, S.C.A., Bailén (Jaén)

PREMIO FRUTADO VERDE DULCE

Almazaras de la Subbética, S.C.A., Carcabuey (Córdoba)

PREMIO FRUTADO MADURO

Centre Oleícola del Penedès, S.C.C.L., Llorenç del Penedès (Tarragona)

PREMIO PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

Almazaras de la Subbética, S.C.A., Carcabuey (Córdoba)

PREMIO
ALIMENTOS DE ESPAÑA
MEJORES QUESOS
2026

PREMIO
ALIMENTOS DE ESPAÑA
MEJORES JAMONES
2026

PREMIO ESPECIAL ALIMENTOS DE ESPAÑA
Y PREMIO QUESO MADURADO DE OVEJA

Queso “Cremositos del Zújar”
Arteserena, S.L., Campanario (Badajoz)

PREMIO QUESO MADURADO DE VACA

Queso “Alcaidús”, Denominación de Origen Protegida “Mahón-Menorca”
Alcaidús, S.L., Alaior (Illes Balears)

PREMIO QUESO MADURADO DE CABRA

Queso “Tío Resti”, Denominación de Origen Protegida “Queso de Murcia al Vino”
Especialidades Lácteas, S.L., Caravaca de la Cruz (Murcia)

PREMIO QUESO MADURADO DE MEZCLA

Queso “Pajarete con manteca y romero”
Lopicomo, S.L., Villamartín (Cádiz)

PREMIO QUESO MADURADO CON MOHOS O QUESO AZUL

Queso “Savel”
Airas Moniz, S.L., Chantada (Lugo)

PREMIO JAMÓN SERRANO U OTRAS FIGURAS DE CALIDAD RECONOCIDAS

Jamón “Jamón Serrano 24 - Monte Nevado”, ETG Jamón Serrano
Jamones Segovia, S.A., Carbonero el Mayor (Segovia)

PREMIO JAMÓN DE BELLOTA IBÉRICO

Jamón de bellota 100% ibérico “Guillén”
Manuel Guillén, S.A., Guijuelo (Salamanca)

PREMIO
ALIMENTOS DE ESPAÑA
MEJORES VINOS
2026

PREMIO VINO TINTO

“Aires de Garbet 2021”, Denominación de Origen Protegida Empordá
Cavas del Castillo de Perelada S.L., Peralada (Girona)

PREMIO VINO BLANCO

“Los Altares 2016”, Denominación de Origen Calificada Rioja
Unión Vitivinícola S.A., Cenicero (La Rioja)

PREMIO VINO ROSADO

“Inurrieta Mediodía Rosado 2025”, Denominación de Origen Protegida Navarra
Inurrieta S.L., Falces (Navarra)

PREMIO VINO ESPUMOSO

“Cuvée D.S. 2019”, Denominación de Origen Protegida Cava
Freixenet S.A., Sant Sadurní d'Anoia (Barcelona)

PREMIO VINO DE LICOR

“Fino La Honda”, Denominación de Origen Protegida Jerez-Xérès-Sherry
Grupo Osborne, El Puerto de Santa María (Cádiz)

PREMIO
ALIMENTOS DE ESPAÑA
MEJOR BEBIDA ESPIRITUOSA
CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA 2026

PREMIO BEBIDA ESPIRITUOSA CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA

“Anís Chinchón de la Alcohlera Dulce”, Indicación Geográfica Chinchón
González Byass Distribución, S.L.

PREMIOS
ALIMENTOS DE ESPAÑA
2026

PREMIO EXTRAORDINARIO ALIMENTOS DE ESPAÑA

Protos Bodega Ribera Duero de Peñafiel, S.L., Peñafiel (Valladolid)



Historia y evolución

Nacida en Peñafiel en 1927, Protos fue fundada por 11 visionarios que supieron anticiparse al futuro y apostar por un territorio que, décadas después, se convertiría en una de las regiones vitivinícolas con mayor proyección del planeta. En 1982, con la creación de la Denominación de Origen Ribera del Duero, Protos cedió altruistamente el uso de su marca “Ribera Duero”, contribuyendo al nacimiento de una denominación que hoy es reconocida internacionalmente.

Un camino hacia la excelencia que se fraguó desde sus primeros compases, tal y como ponen de relieve los primeros reconocimientos que los vinos de las añadas 1927 y 1928 cosecharon en la Exposición Universal celebrada en Barcelona en 1929. Éxitos potenciados desde que, en los años setenta, Protos comenzara a utilizar su icónica bodega de crianza, con más de dos kilómetros de bodegas subterráneas bajo el histórico castillo medieval de Peñafiel.

Más adelante, en 2008, inauguró una bodega de última generación diseñada por el prestigioso arquitecto y Premio Pritzker Sir Richard Rogers. En 2006, por su parte, Protos trasladó su saber hacer a la DO Rueda para elaborar vinos blancos de calidad y, posteriormente, en

2020 a la DO Cigales, donde desarrolla vinos claretes y rosados.

En la actualidad, la marca tiene presencia en más de 100 países y acumula grandes reconocimientos internacionales, como figurar entre las 50 bodegas más admiradas del mundo según Drinks International y destacar en los listados de Wine Spectator con su vino Carroa.

Asimismo, su consolidación en el enoturismo forma parte de su evolución histórica. Buena prueba de ello es la inauguración del Ágora de Protos en 2023, un espacio multifuncional situado en su legendario edificio de 1927, la primera bodega de Protos. El espacio alberga wine bar, tienda y restaurante, ofreciendo una nueva forma de acercarse a la cultura y al mundo del vino.

Oferta enológica por Denominación de Origen

DO Ribera del Duero

En la DO Ribera del Duero, Protos cuenta con dos gamas diferentes definidas por la procedencia y selección del viñedo, pudiéndose distinguir, de un lado, la Gama Clásica y, del otro, la Gama Origen.



La Gama Clásica refleja la diversidad y riqueza de la denominación y busca un estilo atemporal y fiel a la identidad de Protos desde 1927. Está formada por Protos Roble, Protos Tercer Año, Protos Quinto Año y Protos Gran Reserva.

La Gama Origen nace de parcelas únicas y reúne los vinos más singulares de Protos. Son vinos profundamente ligados al origen, que buscan expresar la tipicidad y autenticidad de cada lugar. Incluye Protos 9 meses, Protos'27, Carroa y Protos Grajo Viejo.

DO Rueda

En la DO Rueda, Protos celebra en 2026 su vigésimo aniversario. Cuenta con bodega

#alimentosdespaña

propia de elaboración y crianza en La Seca, corazón de la denominación, y actualmente elabora tres vinos a base de uva Verdejo y uno de Sauvignon Blanc: Protos Verdejo criado sobre lías finas, Protos Cuvée Verdejo, Protos Verdejo Reserva y Protos Sauvignon Blanc. Entre ellos destaca Protos Verdejo Reserva, calificado como Gran Vino de Rueda y primer Verdejo Reserva elaborado en la denominación.

DO Cigales

En la DO Cigales, su propuesta está formada por Aire de Protos, Protos Clarete y Protos Parcela de Sallana. Aire de Protos fue elegido Mejor Rosado Joven de España por Verema en 2025.

Por último, cabe señalar que Bodegas Protos siempre ha estado comprometida con la continua mejora de la región y de su gente, la innovación y la sostenibilidad, respetando y engrandeciendo el legado que les dejaron aquellos 11 fundadores, con el objetivo de celebrar su primer centenario en 2027.

EST. 1927
Protos
SER PRIMERO

Bodegas Protos
C/ Bodegas Protos, 24-28
47300 Peñafiel (Valladolid)

📞 +34 983 878 011

bodega@bodegasprotos.com
www.bodegasprotos.com

📱 @bodegas_protos
📺 @bodegasprotosoficial
🍷 @protoswines
🍷 @bodegas_protos

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

Galletas Gullón, S.A., Aguilar de Campoo (Palencia)



Orígenes y evolución

Fundada en 1892 en la localidad palentina de Aguilar de Campoo por el confitero zamorano José Gullón Barrios, Galletas Gullón es hoy uno de los principales fabricantes de galletas de Europa y una compañía agroalimentaria de referencia en España. Los orígenes de la empresa aprovecharon las condiciones privilegiadas de la zona, como la proximidad al trigo de Tierra de Campos y el acceso a materias primas del puerto de Santander. Desde entonces, ha impulsado la tradición galletera local y ha desempeñado un papel decisivo en la transformación económica y social de la comarca de la Montaña Palentina.

Innovación y liderazgo saludable

A lo largo de su trayectoria, Gullón ha sabido combinar el respeto por la tradición con una vocación permanente de crecimiento. En los años cincuenta diversificó su oferta con variedades como las galletas María y Tostadas, barquillos, rosquillas y pastas. Décadas más tarde, dio un paso histórico al convertirse en pionera del segmento de la galleta saludable con el lanzamiento de la primera galleta integral del mercado español y, posteriormente, la primera elaborada con aceites vegetales. Hoy en día, la compañía

lidera este segmento en España con una cuota de mercado del 35%, concentrando el 60% de las galletas sin azúcares y el 32% de las ecológicas gracias a gamas tan conocidas como ZERO, BIO, Vitalday y Hookies.

Proyección internacional y capacidad industrial

La estrategia de la empresa se sustenta en una potente infraestructura industrial situada en Aguilar de Campoo, conformada por las fábricas Gullón y VIDA, que se encuentran entre las más grandes de Europa e integran tecnología de vanguardia. En 2025, la compañía alcanzó una facturación superior a los 750 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 7,6% respecto al ejercicio anterior. Asimismo, la vocación internacional es un pilar clave: sus productos llegan a más de 125 países y la actividad exterior genera el 45% de su facturación total, respaldada por filiales en Portugal, Italia, Francia, Reino Unido y Estados Unidos.

Compromiso social y sostenibilidad

El compromiso con las personas y el territorio define la identidad corporativa de la marca. Gullón genera más de 2.300 puestos de trabajo

#alimentosdespaña



directos, consolidándose como un motor de empleo y desarrollo en Castilla y León mediante su apuesta por la diversidad, la igualdad y la retención de talento rural. En el ámbito medioambiental, la empresa alinea su estrategia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, habiendo logrado reducir su huella de carbono un 17% en los últimos tres años para avanzar hacia una producción energética más eficiente y respetuosa con los recursos.

Visión de futuro y crecimiento

De cara al futuro, la compañía proyecta continuar reforzando su capacidad productiva, su red logística y su liderazgo en innovación mediante la apertura de nuevas líneas de fabricación. Este desarrollo constante permite adaptar su catálogo a las demandas cambiantes de los consumidores, consolidando un modelo de negocio responsable, competitivo y sostenible a largo plazo.



Galletas Gullón
Ctra. Burgos, km 1,5
34800 Aguilar de Campoo (Palencia)
☎ +34 979 12 21 00
comunicacion@gullon.es
www.gullon.es
Redes sociales: LinkedIn | Instagram |
Facebook | X | YouTube

Oleoestepa, Sdad. Coop. And., Estepa (Sevilla)



Orígenes y modelo cooperativo

Fundada en 1986 gracias a la unión de catorce cooperativas oliveras, Oleoestepa nació con un firme propósito colectivo: producir, seleccionar y comercializar aceite de oliva virgen extra (AOVE) de máxima calidad, velando al mismo tiempo por la rentabilidad del agricultor y el futuro del territorio. Cuatro décadas después, esta iniciativa se ha consolidado como un referente indispensable del sector oleícola español. En la actualidad, como sociedad cooperativa de segundo grado, agrupa a más de 7.500 agricultores, 19 almazaras asociadas, cerca de 60.000 hectáreas de olivar y más de 10 millones de olivos, abarcando con rigor toda la cadena de valor desde el campo hasta el envasado.

Vínculo identitario y la DOP Estepa

Para la entidad, el AOVE trasciende lo meramente agrícola para erigirse en expresión viva de la cultura, el paisaje y el conocimiento local. En esta labor, la pertenencia a la DOP Estepa resulta fundamental, ya que impone unos parámetros de calidad mucho más rigurosos que los exigidos por la normativa internacional. Este marchamo refuerza la trazabilidad, la autenticidad y el respeto absoluto por el medio ambien-

te, protegiendo las singulares propiedades sensoriales y nutricionales del fruto.

Innovación tecnológica y retos de futuro

La cultura de la mejora continua se sustenta en una sólida apuesta por la investigación científica y la transferencia tecnológica. Mediante la colaboración habitual con universidades y centros especializados, Oleoestepa impulsa proyectos de I+D enfocados a mitigar los desafíos globales más acuciantes, tales como la creciente demanda alimentaria mundial, la protección medioambiental y las adversidades climatológicas que amenazan la productividad agrícola actual.

Controles y certificaciones de calidad

El modelo de trabajo de la cooperativa se fundamenta en un control integral de cada fase productiva, desde el cuidado del olivar hasta el almacenamiento final. Este compromiso con la excelencia se traduce en un amplio abanico de certificaciones, destacando la Producción Integrada en sus 19 almazaras, la Producción Ecológica y el propio sello de la DOP Estepa. Asimismo, en el ámbito de la gestión medioambiental y la seguridad alimentaria, cuenta con



estándares de prestigio internacional como ISO 14001, IFS y BRCGS, además de acreditaciones específicas como Kosher, Halal y Non-GMO Project para mercados especializados. A todo ello se suma la alta fiabilidad analítica y sensorial aportada por la acreditación ENAC de su laboratorio propio y su panel de cata.

Sostenibilidad y responsabilidad social

La sostenibilidad forma parte indivisible de la identidad corporativa de Oleoestepa. Muestra

de ello son hitos pioneros como la obtención, en 2018, de la certificación IQNet SR10 de responsabilidad social o el lanzamiento, en 2020, de la primera botella de AOVE fabricada íntegramente con plástico 100% reciclado. Estas iniciativas reflejan un modelo de crecimiento equilibrado orientado a reducir el impacto ambiental y a generar un valor real en su entorno rural. En definitiva, una combinación única de origen cooperativo, seguridad y transparencia que responde con excelencia a las exigencias del consumidor actual.



Oleoestepa S.C.A.
Polígono Industrial Sierra Sur, Calle El Olivo,
s/n (Apartado 90). 41560 Estepa (Sevilla)

📞 +34 95 591 31 54 / 902 23 24 00

📧 oleo@oleoestepa.com
www.oleoestepa.com

📷 @oleoestepa_esp
📺 @oleoestepa
📺 /Oleoestepa/
📺 @oleoestepa
📺 @oleoestepa
📺 /company/oleoestepa/

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA INICIATIVA EMPRENDEDORA

La Llildiria, S.L. (La Llleldiría), San Roque de Riomiera (Cantabria)



Orígenes y compromiso territorial

Nacida en 2021 en el corazón de los Valles Pasiegos (San Roque de Riomiera, Cantabria), La Llleldiría es una pequeña fermentería y quesería artesanal cuyo propósito va mucho más allá de elaborar productos de calidad. El proyecto surge con la firme voluntad de demostrar que la transformación agroalimentaria puede convertirse en una herramienta clave para generar oportunidades, recuperar patrimonio, impulsar la innovación y asegurar el futuro del medio rural. La idea central defiende que la leche de las pequeñas ganaderías de montaña tiene un gran valor que debe quedarse en su territorio de origen, fomentando el pastoreo, la gestión sostenible del paisaje y el conocimiento tradicional.

Arquitectura sostenible y entorno

La actividad de la quesería se desarrolla en Lo Archeru, una antigua cabaña pasiega rehabilitada de forma integral que acoge en un mismo espacio el obrador, las cámaras de maduración y la sala de catas. La restauración respetó la arquitectura original e incorporó soluciones de alta eficiencia energética, como paneles fotovoltaicos, aerotermia y un sistema natural de fitodepuración. El resultado es un espacio plenamente

integrado en el paisaje y totalmente coherente con la filosofía del proyecto.

Producción artesanal y la raza pasiega

Actualmente, el equipo transforma unos 70.000 litros de leche de vaca al año bajo estrictos procesos artesanales. Su gama combina distintas tecnologías de afinado, destacando especialmente el queso Origen, elaborado en exclusiva con leche de vaca roja pasiega, una raza autóctona cántabra en peligro de extinción. Esta apuesta protege el patrimonio ganadero local y aporta un valor añadido diferencial a las explotaciones que preservan esta especie única en la Península Ibérica.

Filosofía de fermentación y diversificación

El nombre del proyecto proviene del término pasiegu lledar, que significa fermentar. Para la marca, fermentar es transformar con paciencia y aprovechar los procesos naturales. Bajo esta visión, la actividad no se limita a los quesos de corteza natural y pasta blanda o prensada, sino que se ha ampliado con bebidas fermentadas, kombuchas y elaboraciones vegetales que optimizan los recursos disponibles y exploran nuevas vías creativas.



Innovación, I+D y divulgación

La innovación está vinculada a necesidades reales mediante la colaboración con universidades y centros tecnológicos en proyectos de economía circular, valorización del lactosuero y mejora de procesos fermentativos. Asimismo, la divulgación constituye un pilar estratégico: a través de visitas guiadas, catas y talleres, cientos de visitantes conectan con la realidad rural y la cultura de los Valles Pasiegos.

Proyección y reconocimiento emprendedor

La comercialización combina la venta directa, la tienda online, la restauración y los establecimientos especializados.

El galardón con el Premio Alimentos de España a la Iniciativa Emprendedora consolida un modelo viable y sostenible que fortalece la economía rural desde la innovación.



La Llleldiría
El Coteru s/n
39728 Merilla San Roque de Riomiera
(Cantabria)

☎ +34 659 654 535 / 637 243 206

reservas@lalleldiria.com

<https://lalleldiria.com/>

📷 @lalleldiria

📺 @oleoestepa

📺 @LaLlleldiria



Kikiricoop. S. Coop. Astur., Cabranes (Asturias)



Orígenes y evolución cooperativa

Nacida en 2016 en Santolaya de Cabranes (Asturias), Asturcilla surge con la firme misión de desarrollar una actividad agroalimentaria ecológica centrada en la producción, transformación y comercialización de alimentos profundamente vinculados al territorio. Su andadura dio un paso clave al unirse al catering sostenible Confusión Comidas, dando origen a la cooperativa Kikiricoop S. Coop. Astur. Posteriormente, en 2022, se alió con los productores de shiitake Funginatur para crear la Cooperativa Agroecológica de Cabranes, entidad con la que actualmente comparte instalaciones y sinergias operativas.

El producto insignia y sus variedades

El producto estrella que da nombre al proyecto es Asturcilla, una crema de avellanas al cacao ecológica, sin gluten, de intenso sabor y textura cremosa. Diseñada para conquistar tanto a los más pequeños como a los amantes de una alternativa saludable, es el acompañamiento ideal para frixuelos, tostadas o gofres en cualquier momento del día. Su elaboración nace con el propósito de recuperar y dar salida al cultivo tradicional del avellano en Asturias, amenazado por el abandono rural. Para ello, utiliza

variedades autóctonas como Amandi, Espina-reu, Casina o Quirós, generando una demanda real que incentiva el mantenimiento de las fincas locales.

Proceso artesanal e ingredientes de comercio justo

El secreto de su calidad reside en un proceso de elaboración lento, artesanal y detallista. Cada avellana se descascarilla de forma personalizada y la leche de vaca se evapora pacientemente durante cuatro horas, logrando una textura y un sabor únicos. Los ingredientes proceden de proyectos sostenibles y respetuosos con el medio ambiente y los trabajadores. Destaca especialmente la leche, procedente al 100% de ganadería extensiva asturiana en Nava, libre de transgénicos y pesticidas, lo que le otorga el prestigioso sello de calidad “Alimentos del Paraíso”. Por otro lado, aquellos ingredientes no disponibles localmente, como el cacao puro o la panela, se adquieren rigurosamente bajo criterios de Comercio Justo.

Sostenibilidad integral y responsabilidad social

El modelo sostenible de la cooperativa abarca todas sus dimensiones organizativas. Promueve



la conciliación familiar mediante jornadas reducidas y flexibles, y genera empleo de calidad en una zona rural con escasas oportunidades laborales. En el ámbito medioambiental, aplica la economía circular reutilizando las cáscaras de avellana como material amortiguador para envíos o decoración en eventos, y desarrolla líneas especiales —como el turrón de Asturcilla en Navidad— para aprovechar excedentes y evitar pérdidas alimentarias.

Reconocimientos y expansión comercial

Este firme compromiso con los valores locales y la calidad ha sido galardonado con importan-

tes premios, como el 1er Premio Nacional en la categoría Diversificación en los Premios de Excelencia a la Innovación para Mujeres Rurales (2022) y el 1er Premio Luz Verde a la Empresa Sostenible (2024) otorgado por WWF y Onda Cero Asturias.

Gracias a su identidad marcada y reconocida, Asturcilla ha ampliado su red comercial desde mercados artesanales y tiendas gourmet hasta cadenas de supermercados regionales, ferias de referencia como Biocultura Madrid y eventos especializados como el Salón Gourmets, con la clara vocación de consolidar su expansión nacional e internacional.



Asturcilla (Kikiricoop S. Coop. Astur)
Parque Empresarial Benjamín Prida,
nave n.º 11.
33310 Santolaya de Cabranes (Asturias)

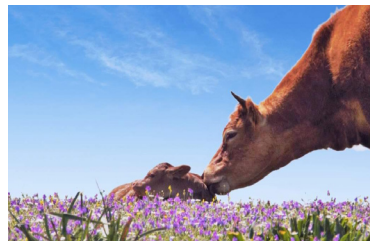
☎ +34 664 81 52 72

info@asturcilla.com
www.asturcilla.com

📱 @asturcilla
📷 @asturcilla

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA INTERNALIZACIÓN ALIMENTARIA

Organización Interprofesional Agroalimentaria de la Carne de Vacuno (PROVACUNO)



Orígenes y trayectoria

PROVACUNO es una entidad sin ánimo de lucro, reconocida por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en 2014, e integrada por las principales asociaciones de la producción (ganaderos), industria cárnica y comercialización (comercio minorista). Tiene los siguientes objetivos:

- Representar los intereses de los ganaderos y la industria.
- Impulsar la I+D y promover prácticas para mejorar la calidad y sostenibilidad de la producción.
- Facilitar la internacionalización de las empresas del sector.
- Proporcionar información transparente y ofrecer programas de formación y asesoramiento.
- Desarrollar campañas de sensibilización y promover el consumo de la carne de vacuno.

Ejes estratégicos de actuación

Comunicación. La interprofesional es el altavoz de los avances logrados por el sector, con el objetivo principal de divulgar la importancia de la producción de carne de vacuno y su contribución a la sostenibilidad económica, social y medioambiental del medio rural, así como las bondades de la carne de vacuno.

Internacionalización. PROVACUNO apoya la internacionalización y potencia el comercio exterior del sector. Este fue uno de los motivos principales de su creación, tras superar las restricciones sanitarias sufridas por el sector.

Su actividad abarca desde el análisis de mercados, la formación y preparación de las empresas para la exportación, la coordinación con las administraciones para la apertura de nuevos mercados y el diseño y ejecución de campañas de promoción de carne de vacuno española en terceros países.

PROVACUNO ha trabajado junto con las administraciones y el sector en la apertura a la exportación de más de 20 nuevos mercados, algunos tan importantes como Vietnam, Singapur, Japón, Filipinas, Qatar, Canadá, Egipto, Kuwait, Honduras, República Dominicana, Tailandia, Indonesia y Arabia Saudí.

Esta labor se acompaña de campañas de promoción apoyadas por la Unión Europea, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación e ICEX, centradas en presentar la carne de vacuno de España, y poner en contacto a los principales importadores de cada país con las industrias exportadoras.



I+D+i. Las estrategias de I+D+i desarrolladas por la interprofesional persiguen mejorar la competitividad, digitalización y sostenibilidad del sector, en su rama ganadera, industrial y comercializadora.

Destacan los trabajos en el plano medioambiental, buscando escenarios más sostenibles, conforme a la Estrategia Vacuno de Carne Carbono Neutral 2050.

El modelo de producción europeo

La carne de vacuno española procede mayoritariamente de animales jóvenes que se alimentan con cereales y oleaginosas de la mejor calidad, y que resulta tierna, jugosa, con bajo contenido graso y sabor delicado.



#alimentosdespaña

Esta carne se produce bajo el modelo de producción europeo, que garantiza un alimento con una trazabilidad completa de la granja a la mesa seguro, saludable y de máxima calidad, siendo producido con el menor impacto medioambiental y con un efecto económico y social trascendental en las comunidades rurales.

El sector en cifras

El sector vacuno de carne cuenta con un censo de 6,3 millones de cabezas de ganado, 97.447 instalaciones ganaderas, 188 industrias de sacrificio y 139 salas de despiece, generando unos 230.000 puestos de trabajo.

En 2025 el sector generó un valor económico de unos 5.025 millones de euros (un 16% superior a 2024), suponiendo alrededor del 6,8% del valor de la Producción Final Agraria de España o el 16,8% de su Producción Final Ganadera.

En 2025 se produjeron en España 709.516 toneladas de carne de vacuno, lo que representa el 11% de la producción europea y que sitúa a España como tercer país productor de la UE detrás de Francia y Alemania. En ese mismo año se exportaron 230.214 toneladas de carne por valor de 1.751 millones de euros.

Organización Interprofesional
Agroalimentaria de la Carne de Vacuno
(PROVACUNO)
Avda. Pío XII, 6, 3.º. 28016 (Madrid)

☎ +34 91 712 91 25

✉ info@provacuno.es
www.provacuno.es

📷 @Provacuno
📺 @Provacuno
📺 Provacuno | Beef from Spain

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA PRODUCCION DE LA PESCA Y DE LA ACUICULTURA

Cofradía de Pescadores San José de Cangas, Cangas (Pontevedra)



Orígenes, trayectoria y evolución sectorial

Constituida el 20 de abril de 1946, la Cofradía de Pescadores «San José» de Cangas representa casi ocho décadas de trayectoria ininterrumpida vinculada a la pesca artesanal y al marisqueo en la Ría de Vigo. Actualmente, la entidad integra a 120 armadores y 80 tripulantes, operando desde el puerto de Cangas para dar servicio a un sector estrechamente ligado al territorio y a la economía local. A lo largo de los años, la organización ha evolucionado desde la gestión extractiva tradicional hacia una estructura profesionalizada y orientada a la valorización del producto pesquero, respondiendo con eficacia a retos complejos como la reducción de la flota, el envejecimiento profesional, las exigencias sanitarias y los constantes cambios en los hábitos de consumo de la sociedad actual.

Estrategia de valorización y crecimiento económico

Partiendo de la premisa de que el futuro del sector depende de generar valor añadido y no solo volumen de capturas, la Cofradía interviene de forma activa en toda la cadena de valor. La evolución de la lonja refleja claramente este éxito: entre 2009 y 2025, la facturación creció desde

los 2,64 millones de euros hasta situarse cerca de los 4,8 millones, alcanzando su récord histórico de ventas en 2024. Este proceso económico se acompaña de una sólida diversificación operativa que abarca desde la primera venta de producto fresco hasta la distribución de congelados, conservas e invertebrados marinos, garantizando así rigurosos niveles de control, trazabilidad y seguridad alimentaria.

Marcas, productos y territorio

Un pilar estratégico fundamental ha sido el desarrollo de marcas propias estrechamente asociadas al entorno natural de las Illas Cíes, tales como NavalladasCíes y PercebeDasCíes. Destaca especialmente la comercialización de conservas gourmet de navaja en aceite de oliva, presentes en establecimientos de gran prestigio como El Corte Inglés. Paralelamente, la entidad impulsa nuevas líneas de producto congelado y alternativas innovadoras —como el paté de percebe, el camarón y la nécora congelada—. El proyecto PERCEVAL ejemplifica a la perfección esta apuesta por transformar fracciones de recursos tradicionalmente menos valorizadas en propuestas alimentarias de alta calidad, aportando estabilidad y nuevas oportunidades de negocio al sector productor.



Diferenciación, promoción y digitalización

La clara apuesta por la excelencia se refuerza mediante la participación activa en sellos de sostenibilidad y origen tan reconocidos como Pesca en Verde, Pescaderías y CRAEGA. En el ámbito promocional, la organización destaca por llevar a cabo acciones comerciales singulares, como la introducción de la navaja de Cangas en espacios de consumo alternativos (por ejemplo, el mercadillo de Inditex) para acercar la pesca artesanal a nuevos públicos. Todo este engranaje productivo y comercial se apoya firmemente en la digitalización gracias a la herramienta Lonxas Galegas 4.0, que optimiza la gestión de las subastas y mejora sustancialmente la comunicación entre productores, compradores y consumidores.



Sostenibilidad ambiental y reconocimiento

La sostenibilidad constituye un principio transversal que rige todas las operaciones extractivas de la entidad. Estas se desarrollan bajo estrictos planes de gestión orientados a asegurar la conservación de los recursos marinos, incluyendo actuaciones directas de regeneración, seguimiento biológico y apoyo constante a la recuperación de los bancos de marisqueo.

El otorgamiento del Premio Alimentos de España a la Producción de la Pesca y de la Acuicultura 2026 reconoce y premia este proceso colectivo de transformación, ensalzando la capacidad de innovación, la tradición marinera y la puesta en valor del producto de proximidad.

Cofradía de Pescadores
«San José» de Cangas
Avda. de Bueu. 36940 Cangas (Pontevedra)

☎ +34 86 30 01 65 / 986 30 01 73
<https://www.lonxasgalegas40.gal/cangas/es>
📱 @cofradiadecangas

Organización de Productores Asociados de Grandes Atuneros Congeladores (OPAGAC)



Historia y trayectoria de OPAGAC

La Organización de Productores Asociados de Grandes Atuneros Congeladores (OPAGAC) fue reconocida oficialmente el 7 de julio de 1986 como la OPP-01 por el extinto FROM. Actualmente, agrupa a 5 compañías que operan un total de 13 buques atuneros congeladores, alcanzando un volumen anual de capturas de 140.000 toneladas de túnidos tropicales.

Demostrando un fuerte compromiso con el entorno natural, el 95% de sus capturas están certificadas con la etiqueta medioambiental MSC.

Asimismo, las empresas de OPAGAC gestionan bajo idénticos estándares a los de la flota europea otra flota asociada que aporta unas 400.000 toneladas de captura y da empleo a más de 2.500 trabajadores, a quienes rinden homenaje sus producciones y galardones.

En 2016, apostando por una sostenibilidad verdaderamente integral, OPAGAC impulsó la creación de la Norma UNE 195006:2016 "Atún de Pesca Responsable", un marco pionero donde las condiciones laborales justas y sociales son el eje principal.

Acercar la pesca a la sociedad

Para reducir la brecha entre la industria pesquera y la ciudadanía, OPAGAC promueve diversas iniciativas informativas y divulgativas destinadas a explicar la realidad de la pesca atunera moderna. Entre sus acciones destacan seis ediciones del Congreso Nacional del Atún, el programa EMPLEATUN dirigido a la juventud en el salón AULA, y producciones audiovisuales previas como el vídeo "Mareas de Atún" (2018), enfocado en la integración de marineros senegaleses.

De esta misma vocación transparente surge el documental 1,17, cuyo propósito es desvelar mediante el lenguaje audiovisual el verdadero valor que esconde una lata de atún y el esfuerzo humano necesario para llevar este alimento a millones de hogares. A través de la travesía de una tripulación en el océano Índico, la obra detalla la trazabilidad, la alta tecnología y el rigor técnico y ambiental de la flota.

La dimensión social

El largometraje 1,17 actuó como el motor de la iniciativa internacional *Hands for the Oceans*, impulsada por OPAGAC para defender que la protección ambiental no puede entenderse



sin el respeto por los derechos humanos de quienes trabajan en alta mar. La plataforma fomenta la transparencia y impulsa acciones destinadas a asegurar condiciones de trabajo dignas, seguras y justas en toda la cadena de valor pesquera.

Mediante testimonios directos de marineros, oficiales y capitanes, el documental traslada al espectador el esfuerzo diario de la tripulación, poniendo en relieve la preparación técnica, la profesionalidad y el sacrificio personal que exige una actividad desarrollada en las condiciones complejas del océano.

Una herramienta de divulgación

Tomando como hilo conductor el precio medio de una lata de túnido (1,17 euros), el documental guía al espectador a lo largo de las distintas fases del proceso extractivo. La narrativa busca desmitificar procesos industriales y destacar cómo la innovación continua, la tecnología de punta y la gestión responsable forman parte del

trabajo cotidiano de los buques atuneros de bandera española. Su meta principal es consolidar la confianza del consumidor mediante el conocimiento directo de la actividad.

Una herramienta de difusión y alcance

Estrenado en el año 2025, el documental cosechó un notable éxito al ser seleccionado en la Sección Oficial a Concurso Cinema Cocina del Festival de Málaga y obtener el galardón *Best Documentary (March Winner 2024)* en el *SEA International Film Festival (SEAiff)*.

Tras su paso por las salas cinematográficas de más de quince ciudades en España, la producción llegó a la plataforma *Atresplayer* —la cual cuenta con una audiencia potencial de 11,6 millones de usuarios—, logrando un alcance masivo que acerca la realidad de la pesca atunera a nuevas y diversas audiencias.

Una apuesta por la transparencia

Este conjunto de logros y reconocimientos da continuidad al prestigioso Premio Alimentos de España concedido a OPAGAC en 2020 por su sello de Atún de Pesca Responsable (APR). A través de proyectos como *Hands for the Oceans* y producciones de gran impacto mediático, la organización ratifica una trayectoria guiada por la apertura informativa, situando los valores humanos, la justicia social y el cuidado de los ecosistemas marinos en la vanguardia del sector pesquero mundial.



Organización de Productores Asociados de
Grandes Atuneros Congeladores (OPAGAC)
C/ Ayala 54 2º A
28001 (Madrid)

☎ +34 91 431 48 57

opagac@opagac.org
<https://opagac.org/>

Organización Interprofesional del Ovino y el Caprino de Carne (INTEROVIC)



Origen de la actividad

INTEROVIC, la organización interprofesional que representa al sector del ovino y caprino en España, detectó a través de estudios de mercado entre 2013 y 2018 que los consumidores jóvenes asociaban el cordero exclusivamente a celebraciones familiares, precios altos y preparaciones complejas. Ante la necesidad de rejuvenecer el consumo y crear un momento accesible, informal y urbano, nació en 2019 El Paquito: un bocadillo elaborado con pan y carne nacional de lechal, cordero o cabrito.

Una campaña de código abierto: la originalidad del modelo

La gran innovación de la iniciativa radica en su modelo de comunicación de código abierto. INTEROVIC conserva la propiedad de la marca pero la cede de forma totalmente gratuita a bares y restaurantes, sin royalties ni exclusivas. Al no buscar un beneficio comercial particular, la interprofesional comparte la idea para beneficiar a todo el sector mediante los fondos de la Extensión de Norma. Esto permite que cada establecimiento cree su propia versión del bocadillo, generando una apropiación colectiva tan fuerte que muchos locales y municipios han

adoptado el proyecto de manera espontánea sin intervención directa.

Una campaña colaborativa: cada agente aporta lo que mejor sabe hacer

El éxito del proyecto se sustenta en un ecosistema de tres capas bien definidas:

- **INTEROVIC:** Proporciona la infraestructura central, la identidad visual, la estrategia publicitaria masiva en soportes físicos y digitales, el gabinete de prensa y la web de geolocalización de locales participantes, además de material promocional gratuito para los hosteleros.
- **Las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP):** Como Ternasco de Aragón, Corderex, Cordero Manchego, Cabrito de Extremadura y Cordero de Navarra, suman sus figuras de calidad, rutas y concursos territoriales.
- **La hostelería y la sociedad:** Los bares aportan creatividad, prescripción local y difusión directa en sus redes, mientras que el público completa el ciclo mediante el consumo y el boca a boca, logrando que el 40% de los locales mantenga el plato fijo en carta.



Cifras y claves

Entre 2019 y 2025, la campaña alcanzó hitos notables: generó 846 apariciones en medios con más de 250 millones de audiencia acumulada y un valor de earned media superior a 3,7 millones de euros. Con una modesta inversión de 227.700 euros, el retorno estimado es de 15 euros por cada euro invertido. El impacto más importante se refleja en el cambio de hábitos generacional: la penetración del cordero en hogares con compradores menores de 35 años aumentó del 10,5% en 2019 al 47,4% en 2024, multiplicándose por 4,5.

Impacto económico, social y ambiental

Más allá de lo gastronómico, El Paquito conecta el consumo directo con un propósito territorial y de sostenibilidad. El sector ovino y caprino agrupa a más de 100.000 ganaderos, sostiene cerca

de 60.000 empleos en municipios rurales pequeños y generó 2.474 millones de euros en 2024.

El pastoreo extensivo asociado a esta actividad cumple funciones ecológicas vitales, como el control de biomasa para prevenir incendios forestales, la conservación de ecosistemas y el mantenimiento de la trashumancia.

Conclusión

El Paquito representa una nueva forma de comunicación agroalimentaria: abierta, colaborativa, territorial y orientada al valor compartido. Ha creado un nuevo momento de consumo, ha rejuvenecido la categoría, ha movilizó a la hostelería y ha conectado un bocadillo con la supervivencia de un sector estratégico. Su modelo demuestra que la comunicación más eficaz no siempre consiste en proteger una idea, sino en compartirla.



Organización Interprofesional del Ovino y el Caprino (INTEROVIC)
C/ Agustín de Bethancourt, 17 - 4ª planta
28003 (Madrid)

☎ +34 91 833 64 72
interovic@interovic.es
<https://interovic.es/>

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA RESTAURACIÓN

Darsena Interior, S.L., Alicante



Los inicios

El 23 de mayo de 1961 “Perete” decidió asumir la gestión del restaurante del Club Náutico de Alicante para inaugurar el Restaurante Náutico. Aquella apertura se convirtió en un acontecimiento social de gran relevancia, reuniendo a personalidades de la época en una terraza junto al mar que durante muchos años fue el punto de referencia indispensable para las celebraciones de los alicantinos. En cuanto a su propuesta culinaria inicial, esta destacaba por un marcado y elegante estilo afrancesado, reflejo del refinamiento de aquellos tiempos: foies delicados, tortillas noruegas, parmentiers y finas vichyssoises formaban parte de su selecta carta.

Evolución y capacidad de adaptación

El devenir de los años exigió una constante capacidad de adaptación. El primer gran cambio llegó con una reforma integral al cumplir el vigesimoquinto aniversario, con Antonio hijo al frente, marcando un hito al introducir por primera vez la palabra “arroz” en lugar de “paella” en la carta. Desde entonces, los arroces ganaron un protagonismo indiscutible y los comensales comenzaron a valorar profundamente la cocina tradicional.

Posteriormente, en 1997, tras la remodelación del paseo marítimo, el restaurante se trasladó para ampliar y modernizar sus instalaciones, incorporando las últimas tecnologías tanto a nivel culinario como de gestión. Tras superar a lo largo de sus 65 años de historia diversos relevos generacionales, crisis financieras y pandemias, y después de 25 años en la Marina de Levante, el local se trasladó a la Marina de Poniente para abrirse aún más al mar mediante terrazas orientadas al puerto, celebrando la gastronomía tradicional alicantina de calidad.

Un equipo entusiasta

El equipo del restaurante se define como auténticos entusiastas e investigadores del arroz. Su curiosidad abarca todo lo relacionado con este producto: variedades, ADN, origen, características del grano, tipos de cultivo, tierras, ecosistemas, métodos de plantación, recolección, secado, almacenamiento, elaboración, pulido y diferencias con otras regiones productoras.

Asimismo, analizan cómo se comportan las distintas variedades al cocinarlas, al modificar los tiempos de cocción, la temperatura, las grasas o la composición del agua, logrando la armonía



perfecta de sabores y melosidades. Cuentan con un equipo de sala y cocina que combina la experiencia de los veteranos con la energía de los jóvenes, manteniendo un compromiso formativo al colaborar estrechamente con la Universidad de Alicante, el Máster en Arroces y Alta Cocina Mediterránea y la marca Alicante Ciudad del Arroz.

El arroz en su carta

Ofrecen más de 20 elaboraciones diferentes habitualmente y han superado las 180 recetas a lo largo de su historia. Ofrecen propuestas marineras, tradicionales, con verduras, legumbres, carnes, ahumados, frutas, notas picantes o texturas modernas como chips y rocas frías, abarcando tanto arroces melosos como secos.

DÁRSENA

#alimentosdespaña

Arroz y mucho más

Organizan talleres de arroz para grupos o individuales, donde los propios clientes elaboran su plato, realizan catas y lo degustan. Junto a la Universidad de Alicante y al Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias organizan Simposios del Arroz de Dársena donde presentan las últimas novedades e investigaciones del sector.

Una trayectoria en cifras

Su trayectoria se resume en: 22 arroces diferentes adaptados por temporada, 7 simposios especializados, más de 2.000 participantes en talleres, una mesa de trabajo exclusiva para la I+D de productos arroceros, un recetario de 150 platos, un equipo de 35 empleados de 11 nacionalidades diferentes, un 50% de mujeres en cargos directivos y un compromiso absoluto con la calidad, la sostenibilidad y la dieta mediterránea.

Mirando al futuro

El equipo de Dársena mira hacia el futuro con ilusión y confianza, manteniéndose atentos a las nuevas variedades y cultivos. Dan importancia a la interacción entre el entorno agrícola y las propiedades sensoriales fomentando el uso responsable de productos nacionales.

Restaurante Dársena, S.L.
C/ Perfecto Palacio de la Fuente, 6
03001 (Alicante)

☎ +34 956 207 399

comercial@darsena.com
www.darsena.com

📍 DarsenaRestauranteAlicante
📷 Darsenarest

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA INICIATIVA PARA LA REDUCCIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO

Proyecto Redona, dirigido por Norat Roig Tierno, Universitat Politècnica de València



Recuperación de frutas y verduras en Mercavalència para reducir el desperdicio alimentario

Los comienzos: una universidad que devuelve conocimiento a la sociedad

REDONA ("vuelve a dar" en valenciano) nace del compromiso de la Universitat Politècnica de València (UPV) con la transformación alimentaria, heredera de la Cátedra Tierra Ciudadana (2011-2023) impulsada por José María García Álvarez-Coque y Gloria Bigné. Su concepto clave es la "ingeniería ciudadana": el conocimiento universitario debe convertirse en soluciones prácticas. Liderado por Norat Roig-Tierno junto a García Álvarez-Coque y Bigné, el proyecto enfoca el desperdicio en el mercado mayorista y opera desde 2023 en Mercavalència —el mayor centro de la Comunitat Valenciana, con 205 empresas y más de 450.000 toneladas anuales— para rescatar fruta y verdura apta para el consumo.

Evolución y desarrollo

Financiado por la Misión Climática València 2030 del Ayuntamiento, el proyecto avanzó mediante entrevistas, diseño participativo, desarrollo de una app, formación y una prueba

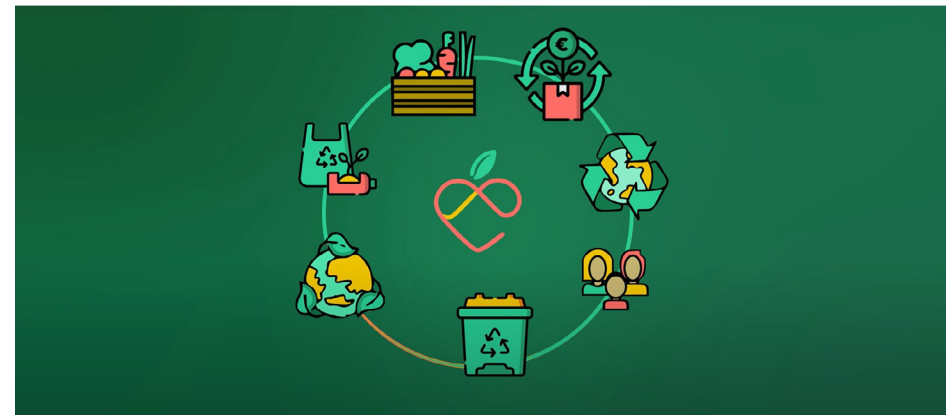
piloto. La primera donación oficial de 100 kilos de patatas de Frutas Rovi a Casa Caridad validó el modelo en condiciones reales. Hoy está integrado en la rutina del mercado, anticipándose a las exigencias de la Ley 1/2025 de prevención de pérdidas y desperdicio alimentario, vigente desde abril de 2026.

Co-creación entre diferentes agentes

REDONA se co-creó entre investigadores de la UPV, Mercavalència, mayoristas, Casa Caridad, la administración local y decenas de estudiantes a través de retos y trabajos académicos. Su mayor virtud es que el protocolo y la herramienta digital se adaptan al pulso del mercado sin interferir en la operativa comercial.

Innovación social y organizativa

El reto principal no era tecnológico, sino organizativo. Antes de REDONA, las donaciones dependían de acuerdos espontáneos sin trazabilidad. El proyecto sistematiza el proceso con métricas y una gobernanza de cuádruple hélice: la UPV dirige, Mercavalència aporta la logística, los mayoristas ceden excedentes y Casa Caridad redistribuye. La tecnología registra cada donación y emite certificados fiscales, transformando el excedente en frutas, verdu-



ras y hortalizas frescas —la categoría más escasa en la ayuda alimentaria— que Casa Caridad (fundada en 1906 y atendiendo a más de 4.700 personas al año) convierte en menús diarios y cestas para personas vulnerables.

Cifras, claves y beneficios

Más del 25% de los mayoristas de frutas y verduras de Mercavalència participan. Se han recuperado más de 7,5 toneladas de alimentos aptos, equivalentes a más de 70.000 raciones que evitaban una huella ambiental de 4,3 toneladas de CO₂ equivalente y 4.500 metros cúbicos de agua. Los beneficios benefician a los mayoristas (cumplimiento de la Ley 1/2025 y deducciones fiscales del 40% al 50% en el Impuesto sobre Sociedades), a Casa Caridad (producto fresco previsible y ahorro econó-

mico) y a València en su resiliencia climática hacia 2030, evitando emisiones dobles y transformando los hábitos del principal centro logístico.

Promoción y perspectivas de futuro

REDONA combina difusión técnica y divulgación ciudadana mediante jornadas de capacitación, presencia en el Foro València Sostenible y repercusión en medios, contribuyendo a los ODS 1, 2, 10, 11, 12 y 13. Concebido como un modelo abierto y transferible con un potencial de recuperación de hasta 2.000 toneladas anuales solo en Mercavalència, su mayor fortaleza es su gobernanza replicable en cualquier mercado del Estado, demostrando el valor transformador de la universidad pública.



Mercavalència
(Centro donde se opera REDONA)
Universitat Politècnica de València (UPV)
Carretera de Fuencarral / V-30, Salida 1,
46013 València (Mercavalència)
Camí de Vera, s/n, 46022 (València) (UPV)
☎ +34 963 241 500 (Mercavalència)
☎ +34 963 877 000 (UPV)
info@mercavalencia.es
www.mercavalencia.es
www.upv.es

PREMIO
ALIMENTOS DE ESPAÑA
MEJORES ACEITES DE OLIVA VIRGEN EXTRA
CAMPAÑA 2025-2026

PREMIO ESPECIAL ALIMENTOS DE ESPAÑA MEJOR ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA, Y FRUTADO VERDE AMARGO

Agrícola de Bailén Virgen de Zocueca, S.C.A., Bailén (Jaén)



El aceite

El aceite de oliva virgen extra de cosecha temprana reserva de Picualia se elabora con aceitunas de la variedad Picual seleccionadas en un estado óptimo de maduración y está acogido a la Indicación Geográfica Protegida “Aceite de Jaén”.

Destaca por ser un aceite con frutado muy intenso de aceitunas verdes, con descriptores verdes de tomate, alcachofa, hoja de olivo, alioja, manzana verde y cáscara de plátano. Se perciben matices de frutos secos y hierbas aromáticas y silvestres. En boca es de entrada ligeramente dulce y amargo y picante de intensidad media-alta. Es un aceite persistente, complejo, equilibrado y armónico.

Los agricultores de Picualia seleccionan y recolectan cuidadosamente el fruto en el mes de octubre a primeras horas del día para que la temperatura del fruto sea óptima. Las aceitunas son transportadas rápidamente a la almazara para su clasificación y molienda. Esto garantiza la trazabilidad en el proceso y la obtención de un zumo de aceituna con todos sus matices, aromas, sabores y propiedades saludables. Este producto tiene 20 veces más polifenoles y antioxidantes naturales que otros aceites de oliva producidos en los meses de noviembre y diciembre.

La almazara

Picualia está situada en Bailén en el corazón de la provincia de Jaén y en el eje central de la comunicación norte-sur de España. Es fruto de la fusión en 2009 de Agrícola de Bailén Sociedad Cooperativa Andaluza y Virgen de Zocueca Sociedad Cooperativa Andaluza. Se trata de una de las compañías que más ha revolucionado el sector del aceite de oliva en los últimos años.

Destaca por su organización y apuesta por la calidad, su solidez, profesionalidad y orientación hacia el mercado, con una gama de productos seleccionados. Posee más de 50 premios nacionales e internacionales. Elaboran zumos de la variedad Picual, aunque también cosecha variedades Arbequina, Hojiblanca y Picual Ecológico.

Picualia tiene una producción media de 20 millones de kg de aceituna y con perspectivas de crecimiento en los próximos años por su clara orientación a la calidad y la variedad de servicios que ofrecen a sus socios y socias agricultores y la tecnología empleada en el proceso de fabricación de zumos de aceitunas.

Otra característica fundamental es la certificación de sus aceites bajo las más estrictas nor-



mas de calidad British Retail Council (BRC) e Industrial Food Standards (IFS), y la comercialización de los mismos con el sello de Agricultura de producción integrada de Andalucía (API) y ecológico.

Esta empresa produce, además, aceites de oliva virgen extra con el sello de calidad de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Aceite de Jaén, así como la utilización de certificaciones Kosher y Halal, para llegar a todos los mercados con su oro líquido.

Además, Picualia es pionera en el ámbito del oleoturismo, con multitud de actividades en

#alimentosdespaña

torno a su almazara, siendo la primera empresa oleícola de España en albergar un restaurante reconocido por la Guía Michelin como Bib Gourmand, ofreciendo un compendio de experiencias únicas en torno a la cultura oleícola para clientes y visitantes.

Su clara orientación al mercado, la sitúa como un enclave referente con instalaciones y espacios oleoturísticos abiertos todos los días del año al servicio de visitantes y clientes que deciden visitar sus instalaciones y conocer más sobre la cultura del oro líquido.

Además de aceites de oliva vírgenes de extra de gran calidad, Picualia ofrece otros productos como pastas y chocolates elaborados con sus propios aceites, mermeladas y jaleas de sus aceites de oliva y productos cosméticos y artesanales elaborados también con sus aceites de oliva, complementando la oferta de productos de calidad virgen extra.



Agrícola de Bailén
Virgen de Zocueca S.C.A.
Nombre comercial: Picualia
Ctra. Madrid-Cádiz, km. 298 (salida 299 A4)
23710 Bailén (Jaén)

☎ +34 953 670 565

✉ info@picualia.com/oleoturismo@picualia.com
www.picualia.com/www.oleoturismoenjaen.com
www.aureumrestaurante.com

📘 www.facebook.com/Picualia
📷 www.instagram.com/picualiaaove
🌐 www.linkedin.com/company/picualia
🌐 <https://x.com/picualia>

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA MEJOR ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA FRUTADO VERDE DULCE MEJOR ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

Almazaras de la Subbética, S.C.A., Carcabuey (Córdoba)



#alimentosdespaña



Los aceites

Parqueoliva Serie Oro, Premio Alimentos de España Mejores AOVEs 2025-2026 Frutado Verde Dulce y acogido a la D.O.P. Priego de Córdoba, es una auténtica joya. Para su elaboración se seleccionan los mejores frutos de oliva al principio de la campaña. La perfecta combinación de la variedad Picuda y Hojiblanca se convierte en el deleite de los sentidos para el catador. Procede de olivar tradicional, de alta montaña, situado en el Parque Natural de las Sierras Subbéticas y amparado bajo la D.O.P. Priego de Córdoba.

Este aceite de oliva virgen extra destaca por frutado intenso de aceitunas verdes, con notas verdes de alloza, hoja de olivo y alcachofa. Destacan notas de plátano verde, manzana y tomatera. En boca es almendrado y dulce con amargo y picante de intensidad media que aparece de forma equilibrada, aportando estructura y persistencia sin eclipsar su suavidad. El resultado es un aceite fresco, equilibrado, complejo, estructurado y lleno de personalidad capaz de conquistar a consumidores expertos o a quienes busquen descubrir nuevas sensaciones.



Rincón de la Subbética es un aceite de oliva virgen extra ecológico variedad Hojiblanca, obtenido en los primeros días de cosecha. Procede de fincas seleccionadas, ubicadas en pleno Parque Natural de las Sierras Subbéticas amparadas bajo la D.O.P. Priego de Córdoba. Son olivos tradicionales, de montaña con un microclima envidiable que los expertos de Almazaras de la Subbética cuidan y miman durante todo el año.

Rincón de la Subbética es el más genuino, el más representativo de lo que es la comarca y es también su niño mimado. Reconocido como Mejor AOVE del mundo varios años consecutivos y abalado por los más de 880 premios nacionales e internacionales conseguidos.

Se trata de un AOVE frutado intenso de aceitunas verdes, con matices de hierbabuena, alloza y hoja de olivo y aromas frutales de manzana, plátano y cítricos. Destacan notas de hierbas aromáticas y flores silvestres. En boca es de entrada ligeramente dulce y amargo y picante de intensidad media-alta. En conjunto es un aceite complejo, persistente, equilibrado y con gran variedad de matices.





Comienzo y evolución de la actividad

Almazaras de la Subbética, Sociedad Cooperativa Agrícola de Primer Grado, constituida en julio de 2007, nace de la unión de dos prestigiosas y experimentadas cooperativas: S.C.A. Virgen del Castillo, fundada en 1954, y S.C.A. Olivarrera Nuestro Padre Jesús Nazareno, creada a comienzos de los años 60. Ambas entidades contaban con más de medio siglo de experiencia y una reconocida trayectoria ascendente, tanto a nivel nacional como internacional, destacando por la excelente calidad de sus aceites de oliva.

En 2020, la cooperativa amplió su estructura mediante la fusión con la Cooperativa Agrícola de Rute S.C.A. Posteriormente, en 2023, se incorporó S.C.A. Nuestra Señora de las Penas y, en 2024, S.C.A. Nuestra Señora de la Cabeza, consolidando así un proyecto cooperativo comprometido con la tradición, la excelencia y la preservación del olivar tradicional en el entorno del Parque Natural de las Sierras Subbéticas.

Situada en pleno corazón de Andalucía, dentro del Parque Natural de las Sierras Subbéticas, Almazaras de la Subbética ha conseguido superar los obstáculos de la orografía accidentada de sus plantaciones y de los mayores costos de laboreo y recolección. Con la moder-

nización de las técnicas de cultivo (cubierta vegetal, olivar de producción ecológica, producción integrada, etc.), el empleo de pequeña y moderna maquinaria y la apuesta por la máxima calidad, ha sabido adaptar tradición y tecnología a los altos baremos de calidad que demandan los consumidores más exigentes. Actualmente cuenta con tres centros de producción y almacenado: la central y el centro principal en Carcabuey, un segundo en Priego de Córdoba y el tercero en Rute, además de 9 centros de recepción.

La Almazara

En su centro principal de producción, ubicado en el municipio de Carcabuey, cuenta con una superficie de 350.000 metros cuadrados.

El patio de entrega de aceituna ocupa una superficie de 10.000 metros cuadrados y cuenta con ocho tolvas de recepción, que, a su vez, continúan con ocho líneas de limpieza totalmente independientes. Esto permite realizar una separación exhaustiva de la aceituna según sus calidades y destino (árbol, Denominación de Origen, árbol Ecológico, árbol convencional, árbol de segunda y suelo).

Una batería de 24 tolvas de acero inoxidable permite almacenar 1.300.000 Kg de aceituna perfectamente diferenciada y clasificada.



Una capacidad de molturación de 1.000.000 Kg /1.200.000 Kg día, con diez líneas de producción, facilita la separación rigurosa que inicia el agricultor en el propio campo. Igualmente, una bodega con una capacidad de 15.000.000 Kg asegura la consecución del objetivo final: LA CALIDAD.

Cifras y claves

- Número de socios: 7.800
- Producción anual de aceite: 20.000.000 Kg
- Marcas: Rincón de la Subbética, Parqueoliva, Almaoliva y Almazaras de la Subbética.
- Países a los que exporta: más de 50 países, siendo los mercados principales China, Corea, Canada o EEUU entre otros.
- Denominación de Origen: DOP Priego de Córdoba y DOP Lucena.



Almazaras de la Subbética

- Certificaciones: BRC, IFS, KHOSER, QVExtra, Halal, CAAE, SMETA, producción integrada y aceite de oliva de producción sostenible.

Filosofía empresarial

La sostenibilidad es un método de gestión en la cooperativa donde se equilibran tres pilares fundamentales: rentabilidad económica, mediante un aumento de la rentabilidad de las explotaciones de los socios a través de la comercialización conjunta, acortando la cadena de suministro e innovando en procesos industriales, el bienestar social fomentando la creación y mantenimiento de empleo local, promocionando el relevo generacional para fijar población en el entorno rural y fomentar la cohesión territorial y, por último, el cuidado medioambiental fomentando la economía circular donde dar una segunda vida a los subproductos generados además de obtener unos beneficios por los mismos.

Su modelo impulsa la economía local, combate la despoblación rural y aplica tecnologías para optimizar recursos naturales (agua y energía).

Almazaras de la Subbética apuesta por la expansión nacional e internacional como motor para la creación de puestos de trabajo especializados y el desarrollo del talento profesional.

Almazaras de la Subbética
Ctra A-339 km 17.850
14810 Carcabuey (Córdoba)

☎ +34 957 547 028

comercial@almazarasdelasubbetica.com
www.almazarasdelasubbetica.com

f Almazaras de la Subbética
Almazaras de la Subbética
i @almasubbetica
@almasubbetica

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA MEJOR ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA FRUTADO VERDE MADURO



Centre Oleícola del Penedès, S.C.C.L., Llorenç del Penedès (Tarragona)



El aceite

El aceite está elaborado con aceitunas de la variedad Arbequina y amparado por la DOP Siurana. Destaca por su frutado intenso de aceitunas con notas maduras de almendra y frutos secos y matices de especias dulces como vainilla y canela. Dulce en boca y ligeramente amargo y picante. Se trata un aceite almendrado, con toques florales, complejo y equilibrado.

Comienzos de la actividad

El Centro Oleícola del Penedès, S.C.C.L. (CEOLPE) es una cooperativa de segundo grado fundada en 1988. Agrupa a 12 cooperativas de las comarcas del Alt y Baix Penedès, Garraf, Alt y Baix Camp, Tarragonès y Conca de Barberà.

En 2002 inauguraron sus instalaciones actuales que están pensadas para trabajar con eficiencia y garantizar la calidad del aceite producido.

Desde entonces, CEOLPE ha crecido sin perder su esencia: trabajar al servicio de los agricultores y ofrecer un AOVE de calidad, saludable y auténtico.

Evolución y desarrollo – filosofía empresarial

CEOLPE con su modelo cooperativo permite que sigan activas pequeñas explotaciones familiares y mantiene tres ideas fundamentales:

- Calidad como prioridad: cada lote de aceite se controla con rigor para asegurar que conserva su sabor, su aroma y sus propiedades naturales.
- Respeto por el territorio y el medio ambiente: el olivo es parte de su territorio y cuidarlo significa cuidar el paisaje y el futuro.
- Compromiso con los agricultores: para que quienes cultivan los olivos puedan vivir dignamente y continúen produciendo este aceite tan valioso.

Productos, características y datos

CEOLPE matura alrededor de 4 millones kg de aceitunas anualmente, de las que se obtienen unos 650.000 l de aceite. El proceso se realiza con una extracción continua y solo con procedimientos mecánicos. El aceite se guarda en depósitos de acero inoxidable con temperatura controlada para conservar sus propiedades.



CEOLPE cuenta con la profesionalidad de sus trabajadores, con el apoyo técnico del IRTA y con la supervisión de la DOP Siurana garantizando que su aceite llegue al consumidor en las mejores condiciones.

Un aceite que habla del territorio

El aceite comercializado por CEOLPE procede principalmente de la variedad Arbequina, muy apreciada por su suavidad y su aroma. Se trata de un producto versátil ideal para consumir en crudo o para cocinar y freír, perfecto para el día a día. Todo el aceite se vende envasado, garantizando así su trazabilidad y conservación. Cuenta con diferentes marcas y formatos para adaptarse mejor a los hábitos y necesidades de cada consumidor.

Formatos: PET: 5 L, 3 L, 2 L y 1 L. y vidrio: 0,75 L, 0,50 L y 0,25 L.



CEOLPE
CENTRE OLEÍCOLA DEL PENEDÈS

#alimentosdespaña

Marcas: CEOLPE, Els Cofins, marcas propias de las cooperativas socias y marcas de otros clientes que confían en la entidad.

Comercialización y presencia en el mercado

El aceite de CEOLPE se comercializa en agrotiendas de las cooperativas socias, comercios locales y restaurantes; además, puede encontrarse en tiendas gourmet y distribuidores especializados. Asimismo, se distribuye en mercados internacionales.

Promoción y divulgación

CEOLPE participa en ferias agroalimentarias, jornadas técnicas y formativas y campañas de promoción del AOVE, además de en acciones conjuntas con denominaciones de origen y entidades del sector.

Mirando al futuro

Los objetivos de CEOLPE para los próximos años son claros:

- Seguir apostando por la calidad como sello de identidad.
- Abrir nuevos mercados que valoren el aceite mediterráneo.
- Impulsar la sostenibilidad en el campo y en la cooperativa.
- Reforzar el papel del agricultor como pieza clave del territorio.
- Innovar en formatos y comunicación para llegar a más hogares.

Centre Oleícola del Penedès, S.C.C.L.
(CEOLPE)
Carretera de l'Hostal, s/n
43712- Llorenç del Penedès (Tarragona)
☎ +34 977 67 83 34 / 647 51 37 16
ceolpe@ceolpe.com
www.ceolpe.com

PREMIO
ALIMENTOS DE ESPAÑA
MEJORES QUESOS
2026

PREMIO ESPECIAL ALIMENTOS DE ESPAÑA MEJOR QUESO Y PREMIO MADURADO DE OVEJA

Queso “Cremositos del Zújar”.
Arteserena, S.L., Campanario (Badajoz)



El queso

Cremositos del Zújar es el producto emblemático de la quesería. Se elabora con leche de oveja mediante una inspiración tradicional y una maduración mínima de 60 días. Durante este periodo, las piezas se cuidan y voltean manualmente con una atención constante que requiere gran experiencia artesanal.

Organolépticamente destaca por su pasta muy cremosa y fundente —especialmente en su punto óptimo, pudiendo disfrutarse directamente con cuchara—, con aromas lácticos limpios y matices vegetales y de campo. En boca ofrece una textura untuosa y persistente, un sabor profundo y equilibrado, notas ligeramente ácidas y un característico punto final.

La empresa también elabora otras referencias artesanales de oveja y cabra, manteniendo el rigor en los tiempos de maduración y la búsqueda de sabores vinculados al territorio.

Comienzos de la actividad

Arteserena, S.L. nace en 1994 en Campanario (Badajoz), fruto de la unión de 13 socios, en su mayoría ganaderos, con el fin de transformar

leche de oveja Merina, aportar valor a la materia prima y generar empleo ante la crisis del campo extremeño.

Desde sus inicios, Arteserena tuvo una vocación muy clara: elaborar quesos ligados a su origen, respetando los métodos tradicionales y demostrando que desde el medio rural extremeño se pueden elaborar productos de máxima calidad.

Evolución y desarrollo

A lo largo de más de tres décadas, la empresa ha evolucionado manteniendo intacta su esencia artesanal. El proyecto inicial, centrado en quesos de oveja Merina y en la tradicional Torta del Zújar, creció progresivamente hasta consolidar a Cremositos del Zújar como su marca más representativa.

La evolución también se refleja en la adaptación de formatos. Junto a las piezas tradicionales de aproximadamente 1,2 kg se desarrollaron presentaciones de 750 g, 400 g y un formato premium de 200 g. Todo ello sin renunciar a procesos esenciales como la maduración lenta, el volteo manual y el cuidado individualizado de cada pieza.



Filosofía empresarial

La filosofía de Arteserena se sustenta en cuatro pilares fundamentales: calidad, tradición, territorio y sostenibilidad rural. Para la empresa, elaborar queso no consiste únicamente en transformar leche; significa mantener vivo un conocimiento transmitido durante generaciones, apoyar a los ganaderos, conservar un paisaje vinculado a la dehesa y fijar población.

Producción, comercialización y exportación

Actualmente, Arteserena transforma unos 675.000 litros de leche al año y alcanza una facturación cercana a los 2,5 millones de euros. Cuenta con una plantilla de 16 trabajadores, lo que representa un empleo muy valioso en el medio rural, además del impacto positivo generado sobre ganaderos, proveedores y dis-



tribuidores locales. Su comercialización abarca la distribución alimentaria, el comercio especializado, la hostelería, la restauración y la venta directa. La exportación representa actualmente alrededor del 5 % de su actividad comercial, constituyendo una vía con un claro potencial de crecimiento internacional.

Promoción, cifras y claves

La promoción de la marca se apoya en ferias, concursos, encuentros gastronómicos y acciones con profesionales, además de la comunicación digital y la difusión de la cultura quesera extremeña. Los galardones obtenidos actúan como una herramienta de promoción colectiva que da visibilidad a la comarca y a toda la industria agroalimentaria regional.

Entre sus principales cifras y claves destacan el año de fundación (1994), los 13 socios originarios, más de 30 años de trayectoria, los 675.000 litros transformados anualmente, los 2,5 millones de euros de facturación, los 16 empleos directos y el 5 % de exportación.

Perspectivas de futuro

El objetivo principal sigue siendo el mismo que en 1994: crear valor desde el territorio, transformar la leche de sus ganaderos en productos de prestigio y atraer actividad económica. Demuestran así que la tradición, la calidad, la innovación y el desarrollo rural pueden ir siempre de la mano.

Arteserena, S.L.
Ctra. EX - 104, km. 21,100
06460 Campanario (Badajoz)
☎ +34 924 85 22 01 / 670 42 92 35
✉ gerencia@cremositos.es
www.naturser.com
📱 Cremositosdelzujar
📷 @cremositos

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA AL MEJOR QUESO MADURADO DE VACA



Queso “Alcaidús”, D.O.P. “Mahón-Menorca”
Alcaidús, S.L, Alaior (Illes Balears)



El producto estrella: queso de leche cruda curado en cavas

Su referencia más destacada es el queso Alcaidús elaborado con leche cruda de vaca y curado en cavas. Se trata de piezas grandes de unos 3 kg:

- Elaboración: una vez prensadas y saladas las piezas, se maduran en una cámara exclusiva con temperatura y humedad controladas durante un mínimo de 6 meses. Durante el proceso se les aplica aceite de oliva y pimentón en la corteza y se voltean regularmente.
- Perfil organoléptico: color interior pardo amarillento, aromas a leche fresca, mantequilla y frutos secos tostados. Sabor ligeramente ácido, equilibrado y con un leve punto de sal. Persistencia media en boca. Textura firme y consistencia compacta y untuosa.
- Proyección: es un producto enfocado al segmento gourmet, la alta restauración y las tiendas especializadas que buscan autenticidad y tipicidad balear.

Origen y trayectoria

Alcaidús, S.L. es una empresa familiar de Menorca ubicada en Alaior, propiedad de la familia

Seguí desde hace tres generaciones. Aunque tradicionalmente vendían la leche y producían cuajada industrial, iniciaron la fabricación y comercialización de su propio queso con la marca “ALCAIDUS” bajo la Denominación de Origen Protegida (D.O.P.) Mahón-Menorca en el año 2008. Actualmente, destinan la totalidad de su producción lechera (cerca de 2 millones de litros anuales) a elaborar sus propios quesos.

Modelo de producción y calidad

A diferencia de otros fabricantes, la fábrica está situada en la misma granja, lo que permite utilizar leche del día recién ordeñada sin transporte intermedio.

- Ganadería propia: cuentan con unas 320 vacas de raza Holstein (170 en ordeño y 150 de cría) en una finca de 180 hectáreas.
- Alimentación natural: más de la mitad de la finca se dedica a cultivar forraje propio. Además, elaboran y muelen sus propios piensos a partir de cereales en grano, sin recurrir a compras externas.
- Bienestar: de octubre a mayo, las vacas de ordeño salen a pastar libremente durante el día.



Instalaciones y capacidad

Las instalaciones de la fábrica ocupan unos 1.200 m² e incluyen sala de fabricación, salmuera y aireado, cámaras de maduración y conservación, zona de pedidos y oficinas. Esto les otorga una capacidad de producción y almacenaje de unas 200 toneladas de queso al año, operando con un equipo de 14 trabajadores.

Variedad de productos

Al disponer de leche fresca diaria, elaboran una amplia gama de quesos amparados por la D.O.P. Mahón-Menorca (de característica forma paralelepípeda de base cuadrada con cantos y aristas redondeadas):

- Con leche pasteurizada: queso tierno, semicurado y curado.
- Con leche cruda: queso semicurado, curado y el emblemático curado en cavas de manera artesanal.
- Formatos: disponibles en pieza grande, pequeña, cuarto y octavo.

Comercialización

Cuentan con más de 100 clientes nacionales e internacionales. Sus canales de venta incluyen supermercados y grandes superficies (principalmente en Baleares), así como distribuidores que suministran a tiendas, restaurantes y hoteles. También disponen de venta directa al consumidor a través de su página web oficial.

Alcaidús[®]
FORMATGES • QUESOS

Alcaidús, S.L.
Ctra. Mahón-Alaior, km 6
07730 Alaior (Menorca)
☎ +34 971 37 94 50
alcaidus@alcaidus.com
www.alcaidus.com

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA AL MEJOR QUESO MADURADO DE CABRA

Queso “Tío Resti”, D.O.P. “Queso de Murcia al Vino”
Especialidades Lácteas, S.L., Caravaca de la Cruz (Murcia)



Producto destacado: queso de Murcia al Vino (Tío Resti)

Se trata de un queso elaborado con leche de cabra de raza Murciano-Granadina y bañado de manera tradicional en vino tinto de la región de la variedad Monastrell.

Está hecho en una de las fábricas del grupo situada en Caravaca de la Cruz (Murcia) —*Especialidades Lácteas, S.L.U.*—, contando con la certificación de calidad de su consejo regulador y con más de 15 premios internacionales.

Destaca por ofrecer un característico color granate violeta en su exterior debido al baño de vino. Su pasta interior presenta un color blanco marfil con una textura que resulta sumamente cremosa, elástica y fundente en boca. Desprende un aroma de intensidad media, de carácter láctico fresco con sutiles recuerdos a vino en las zonas más próximas a la corteza, mientras que su sabor es agradablemente ácido y poco salado.

Se comercializa a partir de los 45 días posteriores a su elaboración en piezas cilíndricas que oscilan desde los 350 gramos hasta los 2,5 kilos.

Orígenes y trayectoria

En 1963 Teodoro García inicia su andadura profesional en el sector lácteo sembrando los comienzos del Grupo TGT, consolidado actualmente. La actividad comenzó en un modesto almacén situado en Barcelona, contando con una plantilla de trabajadores muy reducida y un par de vehículos destinados al reparto diario de los productos.

En los años sesenta, lo que diferenciaba a este pequeño negocio del resto de empresas competidoras era el ambiente de trabajo cercano y familiar. Existía una gran unión entre todos los miembros del equipo, así como una relación de absoluta confianza con cada uno de los clientes.

Con el paso del tiempo, la gran variedad de quesos que producían y distribuían —difíciles de encontrar en aquellos años sesenta— provocó que la demanda creciera de forma notable. Gracias al esfuerzo constante, al trabajo duro y a la dedicación de todo el equipo humano, el negocio fue expandiéndose hasta que se vio la necesidad de ampliar la plantilla. Finalmente, tras este crecimiento continuado, el grupo encontró en la localidad de Viladecans el espacio definitivo donde instalar sus oficinas centrales actuales.



Estructura empresarial y expansión

Hoy en día, el Grupo TGT se ha posicionado firmemente como el fabricante y distribuidor líder absoluto del mercado del queso en España. Para lograr esta posición de liderazgo y dar un servicio óptimo, la estructura de la empresa se ha desarrollado, contando con un total de 18 delegaciones estratégicamente repartidas por todo el territorio nacional.

A nivel industrial, la compañía dispone de 12 fábricas propias, 2 fábricas integradas y un centro de transformado especializado. Aunque el núcleo principal del negocio está focalizado de manera prioritaria en España, la visión de futuro ha llevado a la empresa a cruzar fronteras. Actualmente, el grupo cuenta con delegaciones comerciales internacionales en países como la República Dominicana y México, además de mantener una red de distribuidores que sumi-

#alimentosdespaña

nistran sus productos a mercados exteriores tan diversos como Portugal, Cuba, Alemania, Estados Unidos y El Salvador, sin olvidar los proyectos industriales en marcha en China y Uruguay.

Claves del éxito

El éxito continuado del Grupo TGT se sustenta sobre pilares muy sólidos que definen su identidad corporativa y comercial:

ADN Comercial y Logística: disponen de una red comercial y logística muy potente que ofrece una cobertura total a nivel nacional, abarcando tanto a la moderna distribución y al comercio tradicional como al sector de la hostelería y de la industria alimentaria.

Servicio Excelente: garantizan un estándar de calidad y eficacia muy elevado bajo el lema institucional de “Calidad y Servicio cerca de ti”.

Amplitud de Surtido: mantienen la representación exclusiva para el mercado español de las empresas europeas y nacionales más prestigiosas del sector, combinándolo con una corporación industrial propia que fabrica los quesos más representativos del país (como el queso Manchego, Roncal, Tetilla, Murcia o Idiazábal) y una moderna planta de envasado.

Modelo Familiar: a pesar de su gran tamaño y liderazgo, conservan la esencia de sus inicios basada en una baja burocracia, gran flexibilidad, proximidad con el cliente y una actitud humilde.



Los Quesos de mi vida

Especialidades Lácteas S.L.U.
Grupo TGT, S.L.
Polígono Industrial Cavila,
C/ Trabajadores, 28
30400 Caravaca de la Cruz (Murcia)
☎ +34 968 720 271
calida@tiorest.com
www.grupotgt.com

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA AL MEJOR QUESO MADURADO DE MEZCLA

Queso “Pajarete con manteca y romero”
Lopicomo, S.L., Villamartín (Cádiz)



Queso de la búsqueda de la excelencia

El queso de mezcla curado Pajarete con manteca y romero está elaborado con leche de cabra Payoya y de oveja, destaca por su corteza natural cuidadosamente madurada y una pasta compacta de color marfil. En nariz predominan aromas limpios de leche madura, mantequilla y frutos secos, con notas de hierbas mediterráneas. En boca ofrece una textura firme y ligeramente mantecosa, con un extraordinario equilibrio entre la suavidad y frescura aportadas por la cabra y la intensidad, persistencia y complejidad aromática de la oveja. De retrogusto largo y elegante. Se trata de un queso de gran personalidad y alta expresión gastronómica.

Orígenes y contexto familiar

Quesos Pajarete se fundó en el año 2010 en la localidad de Villamartín, situada en la provincia de Cádiz. Este proyecto familiar fue impulsado por Andrés Holgado y su hijo José Luis con el objetivo principal de transformar una materia prima de excepcional calidad en un referente de la excelencia agroalimentaria de España. La iniciativa nació de la sólida experiencia de la familia en el sector ganadero y de su firme compromiso con la valorización de la cabra de raza Payoya, así como con la preservación del valioso patrimonio

quesero tradicional de la Sierra de Cádiz. Desde sus inicios, la marca implementó un modelo de producción completamente integral, lo que significa que supervisan de primera mano cada etapa del proceso: desde la crianza y alimentación del ganado y la obtención diaria de la leche hasta la elaboración artesanal, la maduración y la posterior comercialización de los quesos.

Evolución, crecimiento y empleo local

A lo largo de sus más de quince años de trayectoria, la quesería ha evolucionado de manera constante gracias a una apuesta firme por la inversión, la innovación continua y la mejora de los procesos productivos. Lo que comenzó siendo una pequeña empresa de carácter artesanal se ha transformado en un negocio consolidado que procesa a diario más de 4.000 litros de leche fresca, procedente en su mayor parte de su propia cabaña ganadera. Todo ello se realiza manteniendo intacta la esencia artesana y respetando estrictamente los tiempos naturales que exige la correcta maduración de cada pieza. Este crecimiento económico también ha repercutido positivamente en el ámbito social y laboral. En la actualidad, la plantilla supera los quince profesionales y sigue en expansión, favoreciendo la creación de empleo estable y cualificado en una comarca rural donde el sector agroalimentario



desempeña un papel clave para fijar la población al territorio y dinamizar la economía local.

Filosofía, calidad y trazabilidad

Quesos Pajarete se mantiene en la búsqueda constante de la excelencia, entendida como una forma de trabajo transversal que impregna todas las fases de la producción. Los pilares que definen su identidad son el bienestar animal, el cuidado de la alimentación del ganado, el respeto absoluto al entorno natural de la Sierra de Cádiz, la elección de materias primas inmejorables y el mimo artesanal durante el procesado. Gracias a la integración de toda la cadena de valor, la empresa garantiza una trazabilidad total. La leche se transforma escasas horas después del ordeño, lo que permite conservar intactas todas sus propiedades organolépticas para ofrecer un producto completamente natural, exento de conservantes, que armoniza las recetas tradicio-

#alimentosdespaña

nales con los más rigurosos estándares de seguridad alimentaria.

Variedad de productos

El catálogo de Quesos Pajarete abarca una amplia gama de especialidades elaboradas con leche de cabra Payoya, leche de oveja o mezclas de ambas, con diferentes tipos de curación, afinados y presentaciones adaptadas tanto a la tradición andaluza como a la vanguardia gastronómica. Entre sus creaciones destacan los quesos semicurados, curados, grandes reservas, así como referencias tan singulares como los afinados con manteca ibérica y romero o los emborrados.

Reconocimientos, comercialización y futuro

La calidad indiscutible de sus quesos ha sido avalada por más de 200 galardones en certámenes nacionales e internacionales de gran prestigio, situando a la firma entre las queserías artesanales más admiradas del país y proyectando la gastronomía española al exterior. Su red comercial abarca distribuidores especializados, tiendas gourmet, hostelería, grandes superficies, su tienda física y su canal de venta online. Combinando la digitalización, la sostenibilidad, la internacionalización y una activa estrategia de promoción en ferias, redes sociales y su propio blog corporativo, Quesos Pajarete afronta el futuro con el firme propósito de seguir conservando el patrimonio ganadero de la Sierra de Cádiz y ofreciendo productos únicos que cautiven a los consumidores y jurados más exigentes.

quesos
PAJARETE

Lopicomo, S.L.
Polígono Industrial El Chaparral, Nave 6
C/ Jilguero, 4, 11650 Villamartín (Cádiz)

☎ +34 956 730 574 / 678 415 381

info@quesospajarete.com
<https://quesospajarete.com>

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA AL MEJOR QUESO MADURADO CON MOHOS O QUESO AZUL

Queso “Savel”
Airas Moniz, S.L Chantada (Lugo)



Savel: el queso azul de carácter único

El producto más emblemático y premiado de la casa es el queso Savel, un queso azul singular que rompe con los perfiles más tradicionales de esta familia de quesos. Se elabora mediante una coagulación mixta (ácido-láctica y enzimática) y busca fusionar diferentes técnicas queseras para ofrecer una experiencia totalmente nueva al paladar.

Destaca por su gran untuosidad, notas marcadas de mantequilla y fruta, equilibradas con matices picantes sutiles aportados por el hongo *Penicillium roqueforti*. El nombre Savel rinde homenaje al trovador gallego que, según diversos estudios del Cancionero de Ajuda, desveló en sus poemas de amor el nombre de su enamorada, Yvelsa (Ysabel). La quesería recupera esta historia para vincular su producto más internacional con el patrimonio cultural de Galicia.

Orígenes y evolución de Airas Moniz

Fundada oficialmente en 2011 y lanzada al mercado en marzo de 2017, la quesería Airas Moniz se encuentra ubicada en el corazón de la Ribeira Sacra, en Galicia. Este proyecto nació de la visión de unirse a la ganadería propia para transformar los recursos naturales en productos

lácteos de altísima calidad. Desde sus inicios, la iniciativa ha apostado por un modelo de producción completamente artesanal, centrado en la elaboración de quesos y mantequilla a partir de leche cruda procedente de vacas de raza Jersey criadas en régimen de pastoreo libre.

Sostenibilidad y compromiso con el territorio

El modelo de Airas Moniz destaca por su firme compromiso con la sostenibilidad ambiental y la economía circular. Su enfoque prioriza una alimentación natural para el ganado, aprovechando los recursos del propio entorno y aplicando una mínima intervención en cada fase del proceso productivo.

Para mantener la salud de los suelos y fomentar la biodiversidad, la ganadería evita por completo el uso de fertilizantes químicos, apostando en su lugar por el abonado natural derivado del pastoreo directo. Esta práctica se enmarca en el Proyecto Operativo Cómbaro, reforzando la capa vegetal de la zona. Además, el proyecto cumple una función social fundamental: genera empleo directo para 12 personas entre la granja y el obrador, ayudando a fijar población en el medio rural gallego y revalorizando la cultura y las tradiciones locales.



Terra de Airas Moniz: memoria y tradición

En contraste con la innovación de Savel, el queso Terra representa la conexión directa con las raíces ancestrales de la zona. Se trata de un queso de pasta blanda, coagulación enzimática y corteza enmohecida natural, inspirado en las elaboraciones caseras que antiguamente realizaban las bisabuelas y tatarabuelas en los hogares rurales. Su perfil aromático evoca la tierra mojada, los champiñones y las setas, ofreciendo una alta cremosidad y un sabor intenso que recuerda a la nata y la mantequilla fresca.

Mantequilla chantada y envases sostenibles

Completando su oferta de productos, la mantequilla Chantada se elabora a partir de nata

#alimentosdespaña

madurada obtenida mediante la centrifugación de la leche cruda de sus vacas Jersey. La nata experimenta un proceso de acidificación de 24 horas a través de fermentación microbiana. Su característico tono amarillo intenso es resultado directo de la alimentación basada en pastos frescos, mientras que sus aromas agradables provienen del diacetilo generado durante la fermentación.

El compromiso medioambiental de la marca se extiende también al diseño de sus envases: la mantequilla se envuelve de forma artesanal en un papel biodegradable compuesto por un 75% de fibras de hierba y un 25% de virutas de madera, sellándose manualmente con hilo y lacre.

Experiencias enogastronómicas y turismo rural

Para dar a conocer su labor, Airas Moniz abre habitualmente sus puertas al público organizando visitas guiadas a la granja, el obrador y las cámaras de maduración. Estas rutas permiten comprender de primera mano el ciclo productivo y convivir de cerca con las vacas Jersey. La experiencia concluye con una degustación comentada de sus quesos y mantequilla, maridados con vinos de la Denominación de Origen Ribeira Sacra (subzona del Miño). De este modo, la marca consolida un proyecto integral donde ganadería, territorio, innovación y tradición van de la mano.

Airas Moniz

Airas Moniz, S.L
C/ Lugar de Outeiro, s/n, San Salvador de Asma. 27519 Chantada (Lugo)
☎ +34 629 716 668 / 621 20 14 78
info@airasmoniz.com
airasmoniz.com

PREMIO
ALIMENTOS DE ESPAÑA
MEJORES JAMONES
2026

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA AL MEJOR JAMÓN SERRANO U OTRAS FIGURAS DE CALIDAD RECONOCIDAS

“Jamón Serrano 24 - Monte Nevado”, ETG Jamón Serrano
Jamones Segovia, S.A., Carbonero el Mayor (Segovia)



“Jamón Serrano 24 - Monte Nevado”

Jamón Serrano 24-Monte Nevado es único y sorprendente. Está elaborado con cerdos blancos seleccionados por su tamaño, madurez y proporción de materia grasa, y sometido a una curación mínima de 24 meses.

Se trata de un jamón de conformación muy equilibrada, maza homogénea y con zona lateral bien arropada de grasa que denota un buen faenado. Al corte, su magro es de color rojo homogéneo, intenso y brillante, el contenido de grasa subcutánea e intermuscular resulta equilibrado y muestra un color blanco-rosado brillante. Presenta un veteado fino y uniforme y ocasionales pintas de tirosina debidas a la larga curación.

Cuenta con un característico aroma a madurado-curado, delicado y con personalidad. Muestra un sabor equilibrado, intenso y lleno de personalidad. El salado es ligero, poco manifiesto y equilibrado.

Ofrece una textura fácilmente desmenuzable, con grasa fundente, jugoso y de dureza intermedia. Manifiesta una buena persistencia en boca e impresión final excelente. Monte Nevado es la marca de jamón más galardonada en la historia de los Premios Alimentos de España, en

los que ha resultado ganadora hasta en cinco ocasiones: 2026 (Mejor Jamón Serrano), 2025 (Mejor Jamón de Bellota Ibérico y Mejor Jamón Serrano), 2022 (Mejor Jamón Serrano), 2018 (Mejor Jamón de Bellota Ibérico) y finalista en otras dos.

Desde 1898 buscando la excelencia

Jamones Segovia es una empresa familiar dedicada desde hace cinco generaciones a la curación de jamones. Su origen se remonta al siglo XIX cuando Juan Olmos inició la saga de maestros jamoneros en las tierras altas de Segovia.

En 1970 nace la marca Monte Nevado caracterizada por curaciones naturales, más largas y lentas, elaborando jamones de alta calidad. En los 90, se incorpora una nueva generación que descubre en Hungría la raza de cerdo Mangalica que se encontraba en peligro de extinción y que Monte Nevado contribuyó a recuperar.

Monte Nevado es una empresa comprometida con la investigación y la innovación. Cuenta con avanzados sistemas digitales de trazabilidad y desarrolla proyectos para la mejora constante de sus procesos de elaboración. Cada jamón tiene un código único que permite conocer todos sus detalles.



Comercializa unos 400.000 jamones al año y tiene presencia en más de 40 países. Cuenta con instalaciones en Segovia, La Rioja, Salamanca y delegación en Estados Unidos.

Esperando el Momento Perfecto

Sus bodegas y secaderos están ubicados en entornos naturales. Su sistema de ventanas automáticas permite aprovechar el aire puro de la sierra. Así, la curación de sus jamones es más lenta y natural. Cada pieza es tratada individualmente por los maestros jamoneros y sólo se comercializa cuando ha alcanzado su plenitud de aroma y sabor: su “Momento Perfecto”. Monte Nevado elabora jamones de las variedades Ibérico, Serrano y Mangalica 100%



MONTE NEVADO®

EN SU MOMENTO PERFECTO

#alimentosdespaña

naturales, sin aditivos. Solo jamón y sal marina del mediterráneo.

El Jamón Serrano 24 - Monte Nevado ha resultado ganador del Premio alimentos de España 2026. Su Jamón de Bellota 100% Ibérico procede de cerdos ibéricos criados en libertad y alimentados con bellotas y pastos durante la montanera. Su curación natural, de 48 meses de media, desarrolla una grasa fluida, una textura fundente y un sabor elegante muy persistente, complejo y lleno de matices.

En el Jamón Mangalica los cerdos están criados en la estepa húngara y se cura lentamente en España. Destaca por su espectacular veteado, su grasa ligera y fluida y un carácter suave.

Campus del Jamón Monte Nevado

En 2022, Monte Nevado inaugura el Campus del Jamón. Se trata del primer centro de formación e investigación del mundo dedicado enteramente al jamón curado.

Situado en Carbonero el Mayor (Segovia), ofrece cursos para profesionales sobre el corte a cuchillo y a máquina, la genética y alimentación del cerdo, los procesos de curación, la normativa o formación sensorial, entre otros. Además, organiza visitas guiadas y catas para dar a conocer el producto.

Monte Nevado
Jamones Segovia, S.A.
C/ San Ignacio, 6
40270 Carbonero el Mayor (Segovia)

📞 +34 921 56 00 30 / 921 560 204

comunicacion@montenevado.com

www.montenevado.com

www.campusdeljamon.com

📘 JamonMonteNevado

montenevado

📺 JamonMonteNevado

www.linkedin.com/company/
monte-nevado

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA AL MEJOR JAMÓN DE BELLOTA IBÉRICO

Jamón de bellota 100% ibérico “Guillén”
Manuel Guillén, S.A., Guijuelo (Salamanca)



Jamón de bellota 100% ibérico “Guillén”

El jamón de bellota 100% ibérico “Guillén” cuenta con una curación de al menos 36 meses. Presenta una caña fina y estilizada que al corte muestra un rojo púrpura intenso, acompañado de una grasa brillante, blanda y untuosa, perfectamente infiltrada. Su punto de sal es delicado y bien integrado.

En la fase olfato-gustativa destaca un aroma delicado y elegante, con recuerdos de dehesa y frutos secos, acompañado de matices derivados de una prolongada maduración. En boca destaca por una textura suave, homogénea y fundente. La grasa se deshace lentamente liberando notas dulces, tostadas y de frutos secos.

Tradición, calidad y compromiso con el ibérico

Los comienzos de la empresa se remontan a 1971, cuando Manuel Guillén Orellana se trasladó a Barcelona para desarrollar su actividad relacionada con los productos derivados del cerdo ibérico. En 1988 se constituyó Manuel Guillén, S.A. y se inauguró la fábrica de despiece y salazón en Guijuelo (Salamanca).

Desde sus inicios, su objetivo ha sido ofrecer productos de máxima calidad, uniendo el cono-

cimiento con la innovación y la adaptación a las necesidades del sector. Tres generaciones de la familia Guillén han estado vinculadas a esta actividad.

Evolución y desarrollo

A lo largo de su trayectoria, se han modernizado las instalaciones y adaptado los sistemas de producción y control a las exigencias actuales, manteniendo los procedimientos tradicionales.

Cuenta con explotaciones propias con lo que participan en todas las fases del proceso productivo y realizan un seguimiento de la materia prima y controlan y siguen la trazabilidad de todo el proceso garantizando unos altos estándares de calidad. Dispone de unas 1.400 hectáreas de superficie ganadera en el sur de la península ibérica. Cuenta con una clara vocación comercial tanto nacional como internacional con presencia en mercados europeos y terceros países.

Filosofía empresarial

Tradición, calidad, trazabilidad y respeto por el entorno son sus premisas fundamentales. La dehesa ocupa un lugar esencial en la actividad. Buscan una producción sostenible y vinculada al medio rural y se mantienen procesos de ela-



boración y curación lentos. Utilizan secaderos naturales, donde se aprovechan las condiciones ambientales de Guijuelo y se regula la temperatura de las salas mediante la apertura y el cierre de las ventanas.

Productos y características

Elaboran una amplia variedad de productos derivados del cerdo ibérico: jamón, paleta, lomo, chorizo, salchichón, morcón, sobrasada, carne ibérica y productos loncheados y deshuesados. En la gama de jamones, paletas y lomos se ofrecen diferentes categorías, entre ellas Bellota 100 % Ibérico, Bellota 75 % y 50 % Ibérico, Cebo de Campo 50 % Ibérico y Cebo 50 % Ibérico.

Los jamones de bellota cuentan con periodos de curación superiores a 36 meses. Este proceso lento contribuye a desarrollar aromas y sabores intensos, así como una textura carac-



#alimentosdespaña

terística. Los productos se ofrecen en diferentes formatos loncheados, tanto cortados a máquina como a cuchillo, facilitando así su conservación y consumo.

Promoción y comunicación

Manuel Guillén, S.A. participa en eventos profesionales como Salón Gourmets (Madrid), Alimentaria (Barcelona) y otras ferias de carácter internacional en estrecha colaboración con organismos como ICECYL (Castilla y León) e IDEX (España).

También se apuesta por los canales digitales. La página web, la tienda online y la presencia en redes sociales permiten mantener una comunicación directa con los consumidores, mostrar el trabajo desarrollado y acercar la cultura del producto ibérico a nuevos públicos.

Mirando al futuro

Manuel Guillén, S.A. pretende evolucionar y seguir creciendo sin renunciar a los valores que han definido su trayectoria. Pretenden seguir combinando tradición e innovación, manteniendo el cuidado artesanal de los productos al mismo tiempo que se avanza en materia de trazabilidad, digitalización e internacionalización.

Recientemente, se ha llevado a cabo una importante inversión en la modernización y ampliación del matadero del que la empresa es socia, así como en la adquisición de una nueva finca destinada a la producción de animales para la exportación.

Ibéricos Guillén
C/ Chinarral 23, 37770 Guijuelo, (Salamanca)

+34 923 581 234

andrea@ibericosguillen.com
info@ibericosguillen.com
<https://ibericosguillen.com/>

ibericosguillen
ibericosguillen

PREMIO
ALIMENTOS DE ESPAÑA
MEJORES VINOS
2026

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA MEJOR VINO TINTO



“Aires de Garbet 2021”, D.O.P. Empordà
Cavas del Castillo de Perelada, S. L., Perelada (Girona)



Expresión mediterránea

Aires de Garbet nace en Finca Garbet, situada en el Empordà. Sus doce hectáreas, orientadas al Mediterráneo, se desarrollan sobre suelos de pizarra y pronunciadas pendientes, bajo la influencia tramontana. Estas condiciones imprimen el carácter de este vino y favorecen la expresión de la garnacha tinta. Elaborado con esta variedad, procede de una viticultura de bajos rendimientos y una rigurosa selección de la uva. La cercanía del viñedo al mar aporta una marcada influencia mediterránea que se manifiesta en un perfil aromático de frutos rojos, especias, hierbas mediterráneas y un sutil fondo balsámico.

La añada 2021 está limitada a 3.793 botellas. El vino realiza una crianza de 12 meses, combinando un 80 % en fudres de 3.800 litros y un 20 % en barricas de roble francés de 300 litros. El resultado es un vino sávido, profundo y elegante, con textura sedosa, gran complejidad y un final largo y cautivador.

Un legado familiar que trasciende fronteras

La bodega forma parte de Grup Peralada, de la familia Suqué Mateu, con actividad en los ámbitos del vino, la cultura, la hostelería y el ocio.

La bodega comienza en 1923, cuando la familia Mateu llegó al Castillo de Peralada (Alt Empordà, Girona) y emprendió la recuperación de la tradición vitivinícola.

Más de un siglo después, y con la visión de cuatro generaciones, la marca representa la continuidad entre origen, identidad territorial e innovación. La inauguración de su nueva bodega en 2022 supuso un nuevo impulso para Perelada. Fue concebida desde la integración paisajística, la sostenibilidad medioambiental, el vínculo con el territorio y el enoturismo de calidad. La compañía familiar ha ampliado su actividad hasta constituir el grupo bodeguero Perelada & Chivite, con bodegas y viñedos en Priorat, Penedès, Navarra, Rioja y Ribera del Duero.

Perelada exporta sus vinos a 36 países y figura entre las bodegas de mayor reconocimiento internacional, con presencia en The World's Most Admired Wine Brands 2026 (puesto 28) y The World's 50 Best Vineyards 2025 (puesto 22).

La bodega ha contribuido a la proyección internacional de la D.O. Empordà. En 2025 organizó el I Simposio de Vinos Mediterráneos, un foro de reflexión sobre el presente y el futuro del vino mediterráneo.



Vinos de territorio

Sus viñedos se distribuyen por cinco municipios del Empordà, una de las D.O. con mayor diversidad geológica de Europa, dando lugar a vinos que reflejan la singularidad de cada entorno.

Esta riqueza territorial se expresa a través de dos tipologías. Por un lado, los vinos de finca, elaborados exclusivamente con uvas de un único viñedo, transmiten la personalidad de cada enclave. Finca Garbet, Aires de Garbet, Garrigal Vinyes Velles y Finca Malaveïna son algunos de sus principales exponentes. Por otro, la bodega elabora vinos que interpretan la diversidad del Empordà mediante el ensamblaje de variedades y suelos distintos, como su icónico 5 Fines.



PERELADA

ESPÍRITU ANFITRIÓN · 1923

#alimentosdespaña

Sostenibilidad e innovación

Perelada fue la primera bodega de Europa en obtener la certificación LEED® Gold de edificación sostenible. Sus instalaciones funcionan con energía 100 % renovable —geotermia, energía solar y aerotermia—, incorporan procesos de mínima intervención y han permitido reducir un 75 % el consumo hídrico.

También apuesta por la sostenibilidad en el viñedo. Integra agricultura de precisión que permite optimizar el riego y anticipar riesgos climáticos y fitosanitarios. Asimismo, Finca Garbet fue pionera en el uso de agua regenerada para el riego. Las 127 hectáreas de viñedo se cultivan bajo certificación ecológica (CCPAE) y van implantando progresivamente prácticas de viticultura regenerativa.

Perelada forma parte de las bodegas impulsoras del manifiesto Wineries for Climate Protection, para fomentar la reducción de emisiones y sostenibilidad ambiental. Desarrolla la línea de investigación Ex Ex (Experiencias Excepcionales), basada en microvinificaciones y ensayos para analizar la influencia de factores como la maduración, el suelo o la exposición solar en la expresión final del vino. Perelada mantiene su compromiso con la elaboración de grandes vinos desde una viticultura cada vez más sostenible e innovadora. La mejora continua, el respeto por el territorio y la conservación de su legado vitícola guían un proyecto de futuro.

Perelada
C/ Paratge la Granja, s/n.
17491 Peralada, (Girona)

📞 +34 972 53 80 01

pr@perelada.com
<https://perelada.com/>

📍 CastilloPereladaVinosyCavas

📸 @perelada

📺 @castilloperelada

📺 grupperalada

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA MEJOR VINO BLANCO

“Los Altares 2016”, D.O.C. Rioja
Union Vitivinícola, S.A., Cenicero (La Rioja)



El vino

Los Altares nace en viñedos de altura distribuidos en pequeñas parcelas donde conviven viuras muy viejas y variedades blancas minoritarias. Los suelos están formados por perfiles arcillo-calcáreos con frecuentes vetas de caliza.

La vendimia se realiza manualmente en cajas. Tras la refrigeración de la uva, se lleva a cabo un prensado de racimo entero.

La fermentación tiene lugar en barricas nuevas de roble francés, donde el vino permanece entre 10 y 12 meses. Posteriormente, Los Altares completa un afinado de cuatro meses en depósito de hormigón, seguido de una prolongada crianza en botella.

Es de nariz intensa que aúna complejidad y armonía. Despliega notas de miel, recuerdos de fruta de hueso sobre un delicado fondo de madera noble. En copa deja percibir notas anisadas y toques de flor seca.

Se caracteriza por una boca fresca, con mucho volumen y estructura y una acidez equilibrada. En vía retronasal unos toques melosos se funden con los finos tostados de su delicioso roble.

Origen y trayectoria internacional

Union Vitivinícola, S.A. nació en 1970 de la mano de Enrique Forner, quien introdujo técnicas innovadoras de elaboración vinícola. Actualmente, bajo la presidencia de Cristina Forner, la compañía acumula más de 55 años de trayectoria y se ha consolidado en el mercado global. Desde sus inicios, Bodegas Marqués de Cáceres ha basado su modelo de crecimiento en tres pilares fundamentales: la internacionalización constante, la construcción de una marca sólida y la adaptación a las necesidades de los mercados locales.

La bodega exporta cerca del 50% de su producción a más de 140 países de los cinco continentes. Abarca canales de distribución como el retail, la restauración, tiendas especializadas, el travel retail y el comercio electrónico. Entre sus mercados se encuentran Estados Unidos, los países nórdicos, México, Benelux, Alemania, Canadá y China, además de priorizar el crecimiento en zonas de Asia y África. La firma fue elegida entre las 25 marcas de vino más admiradas del mundo en 2025 y 2026 en el ranking The World's Most Admired Wine Brands de Drinks International, un reconocimiento que avala su calidad, innovación y consistencia.

Innovación, promoción y enoturismo

Realizan una fuerte inversión en I+D+i aplicada a la viticultura y al desarrollo de productos. Resalta la creación de Atelier Gaudium, un centro especializado en microvinificación concebido para la experimentación enológica. Fruto de esta apuesta por la vanguardia, la bodega lanzó Los Altares Gran Reserva Blanco, un hito histórico por ser su primer vino blanco en dicha categoría premium, elaborado con viuras viejas procedentes de parcelas de altura en la Rioja.

En el ámbito de la comunicación y el marketing, el objetivo de la bodega es conectar con nuevos perfiles de consumidores globales y promover la cultura del vino. Utiliza el enoturismo como una herramienta estratégica de vinculación directa. Un ejemplo de esto es el espacio Ágora, un lugar diseñado para la interpretación del



#alimentosdespaña

viñedo en San Vicente de la Sonsierra y la conexión con el entorno natural. Paralelamente, la bodega está comprometida con la responsabilidad social mediante su adhesión a la iniciativa Wine in Moderation.

Sostenibilidad e impacto territorial

La sostenibilidad se aborda desde un eje triple: medioambiental, económico y social. La gestión de la bodega está avalada por la prestigiosa certificación Sustainable Wineries for Climate Protection (SWfCP) en sus instalaciones de Rioja y Rueda, la cual premia las buenas prácticas ecológicas. Los esfuerzos de mejora continua han permitido reducir un 18% el consumo eléctrico, un 38% el uso de gasóleo, un 19% el consumo de agua y un 16% los residuos no peligrosos, aumentando el uso de energías renovables en un 16%. Adicionalmente, destaca un innovador proyecto de apicultura en los viñedos que, tras tres años de desarrollo, genera miel propia y fomenta la biodiversidad local.

El impacto social y el arraigo territorial se manifiestan en la estrecha relación de la bodega con los viticultores locales de Cenicero. A través de contratos a largo plazo, incentivos económicos por calidad y asesoría técnica, la empresa ha protegido viñedos históricos de más de 70 años. Bodegas Marqués de Cáceres genera empleo, apoya a los proveedores locales y combate la despoblación en el medio rural.



19 **BODEGAS MARQUÉS
DE CÁCERES** 70

Union Vitivinícola, S.A.
Carretera de Logroño s/n,
26350 Cenicero (La Rioja),
☎ +34 941 45 40 00
info@catadelvino.com
Marqués de Cáceres

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA MEJOR VINO ROSADO

“Inurrieta Mediodía Rosado 2025”, D.O.P. Navarra
Inurrieta, S.L., Falces (Navarra)



Sobre Mediodía

Mediodía es el resultado de una forma de entender el vino basada en el cuidado de la tierra, la investigación y la innovación al servicio del viñedo para elaborar mejores vinos y contribuir a la conservación del patrimonio vitícola navarro, expresando el carácter de su territorio.

Este vino rosado refleja la tipicidad de los vinos tradicionales navarros, ensamblando distintas variedades y la diversidad de suelos. Es el encuentro armónico y preciso de la garnacha tinta, cabernet sauvignon, merlot, graciano y syrah. Cada variedad aporta su matiz y cada parcela contribuye a construir la personalidad final del vino.

Comienzos

Bodega Inurrieta nació en 1999 con una idea clara: elaborar vinos desde el cuidado del viñedo. El nombre Inurrieta hace referencia a un antiguo paraje agrícola de Puente la Reina donde la familia Antoñana cultivaba viñas hace casi un siglo. Es un homenaje a sus raíces. La inquietud les movió a buscar un paraje privilegiado para el cultivo de la vid.

En 1999 se plantaron las primeras viñas y, en 2002, construyeron la bodega en el corazón del viñedo. La proximidad entre los viñedos y la bodega les permite vendimiar cada parcela en su momento óptimo y preservar toda la calidad de la uva.

Filosofía: viñedos propios y sostenibilidad

Bodega Inurrieta cuenta con 300 hectáreas de viñedo propio, de las que procede toda la uva con la que elaboran sus vinos. La sostenibilidad forma parte de su manera de trabajar.

En los últimos años han reducido el uso de herbicidas en más de un 80%, y tienen como objetivo alcanzar el 100% próximamente. Han incorporado diferentes técnicas de manejo del suelo, como el uso de cuchillas intercepas, cubiertas vegetales, segadoras, cultivadores y de gradas, que permiten trabajar el terreno y reducir la erosión.

Utilizan estiércol como aporte de materia orgánica y trabajan para aumentar su biomasa y favorecer su equilibrio. Asimismo, utilizan levaduras propias y productos desecantes naturales para reducir el empleo de pesticidas.



Su objetivo es racionalizar riegos y tratamientos mediante una viticultura de precisión. Para ello emplean estaciones agroclimáticas y modelos predictivos de enfermedades, drones e imágenes de satélite con diferentes filtros, sondas de humedad instaladas en diferentes suelos y profundidades.

El cuidado del entorno se completa con medidas para favorecer la biodiversidad. Cuentan con refugios para rapaces, reptiles y murciélagos y controlan todo el proceso desde la cepa hasta la botella.

Filosofía: innovación al servicio del viñedo

La investigación y la innovación son herramientas para comprender mejor el viñedo, recuperar patrimonio vitícola navarro, optimizar el uso

#alimentosdespaña

de los recursos naturales y elaborar vinos que expresen el carácter del territorio.

Apuestan por la investigación participando en diferentes proyectos de I+D+I en pro de una viticultura y elaboración sostenible, destacando proyectos como: Uvalim, para el estudio y desarrollo de tecnologías no invasivas para la higienización en la industria alimentaria; Biovid con el objeto de desarrollar nuevas estrategias sostenibles de biocontrol frente a botritis en el viñedo; o Inurrieta Primordial, en el que se apuesta por la incorporación de variedades antiguas recuperadas en Navarra y su adaptación a la situación climática actual.

Sus vinos llegan a numerosos mercados nacionales e internacionales y exportan a más de 30 países de Europa, Asia y América. Su forma de trabajar sigue siendo la misma que cuando empezó este proyecto: cuidar la tierra, aprender de ella y elaborar vinos que hablen de Navarra.

Productos

Del viñedo propio procede la uva para la elaboración de sus vinos blancos, rosados y tintos.

- Blancos: Intacta, Orchidea y Orchidea Cuvée y Mimao Blanco
- Rosados: Coral y Mediodía
- Tintos: Norte, Sur, Cuatrocientos, Altos, Mimao Tinto, Puro Vicio y Laderas



INURRIETA

Bodega Inurrieta
Ctra. Falces-Miranda de Arga. Km. 30
31370 Falces (Navarra)

☎ + 34 948 737 309

✉ info@bodegainurrieta.com
www.bodegainurrieta.com

📷 @bodegainurrieta
📺 @bodegainurrieta

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA MEJOR VINO ESPUMOSO

“Cuvée D.S. 2019”, D.O.P. Cava
Freixenet, S.A., Sant Sadurní d'Anoia (Barcelona)



Tributo a Dolors Sala

Freixenet Cuvée D.S. fue creado en 1969. Es uno de los grandes iconos de Freixenet y un tributo a Dolors Sala, quien marcó un antes y un después en la historia de la bodega y del sector. Este singular Cava se elabora exclusivamente en añadas excepcionales y representa la esencia del Penedès a través de sus variedades más emblemáticas. Es un cava de Guarda Superior Gran Reserva y gran embajador del concepto Vintage.

Se elabora con Macabeo, Xarel·lo y Parellada, utilizando únicamente el mosto flor, y tras la segunda fermentación tiene lugar una larga crianza en las cavas subterráneas hasta alcanzar su punto óptimo. A la vista presenta un color amarillo dorado, brillante, con refinadas y sutiles burbujas. Nítido en aromas, regala una seductora complejidad aunando juventud, madurez y aromas de evolución. Cuvée D.S. forma parte de Herencia desde 1861, la colección de Cavas de alta gama de Freixenet compuesta también por Reserva Real, Trepat y Malvasía.

Comienzos de la actividad

Cavas Freixenet proviene de la unión de las familias Ferrer y Sala, viticultores desde 1861.

Tras contraer matrimonio, Pedro Ferrer y Dolors Sala refundaron la empresa, pasando de elaborar vino tranquilo a vino espumoso. En 1914 lanzaron la marca Freixenet. El conocimiento de Dolors sobre vino y la visión comercial de Pedro, hizo que pronto cosechara un gran éxito.

Evolución y desarrollo

Freixenet siempre ha mostrado gran capacidad de innovación y adaptación a las tendencias del mercado. En 1941 se lanzó el cava Carta Nevada, buque insignia gracias a su botella blanca esmerilada. En la década de los sesenta hubo un gran crecimiento de la compañía bajo la dirección de Josep Ferrer. En 1969 se lanzó el cava de alta gama Cuvée D.S. En 1974 nació Cordón Negro, el Cava más vendido del mundo.

En los años ochenta la compañía alcanzó el liderazgo internacional en el sector del Cava. En 2014, coincidiendo con el centenario de la marca y una nueva etapa de innovación, lanzaron nuevos productos adaptados a las tendencias de consumo, como Freixenet ICE, Freixenet o,0% o la colección de vinos tranquilos Freixenet Selección Especial.

D.O. CAVA



Estrategia y liderazgo

La estrategia empresarial se fundamenta en cuatro pilares: la innovación constante de productos, la adopción de tecnologías de vanguardia, el foco en la marca y la orientación al consumidor. La organización cuenta con una gran agilidad comercial para adaptarse a las fluctuaciones del mercado, optimizar su oferta y consolidar su liderazgo sectorial. La empresa despliega sus productos mediante una diversificada red de canales de distribución que abarca grandes supermercados, comercio electrónico, el canal hostelero, establecimientos especializados, venta directa a particulares y tiendas exclusivas de la propia firma.

Destaca por su especialización en la producción a gran escala de vinos espumosos de alta calidad bajo el método tradicional, orientados a los segmentos más exclusivos del mercado inter-

#alimentosdespaña

nacional. Todas sus elaboraciones se encuentran amparadas por la D.O. Cava. La empresa equilibra la tradición centenaria con la innovación enológica mediante el mantenimiento de cultivos propios de levaduras seleccionadas que aportan propiedades organolépticas excepcionales.

Crecimiento sostenido, innovación y comercialización

El crecimiento sostenido de la corporación ha demandado inversiones significativas en modernización tecnológica e industrial e impulsado la investigación y el desarrollo. Cuenta con cavas robotizadas, que optimizan la eficiencia operativa, incrementa la seguridad laboral y promueve la sostenibilidad. Cumple con los sistemas internacionales de gestión de la calidad y de preservación del medio ambiente: normas ISO 9000 e ISO 14000.

Produce unos 100 millones de botellas anuales. El 85 % de su producción se destina a la exportación. Distribuye en más de 130 países, siendo Alemania, Estados Unidos, Francia y el Reino Unido como sus mercados internacionales prioritarios.

Desarrolla campañas promocionales, enoturismo y alianzas institucionales. Sostiene un fuerte vínculo con la comarca del Penedès, donde concentra sus sedes productivas. Freixenet proyecta su crecimiento apoyado en la innovación para satisfacer las nuevas tendencias de consumo.

FREIXENET

Freixenet S.A.
Joan Sala, 2
08770 Sant Sadurní d'Anoia, (Barcelona)

☎ +34 938 917 000

www.freixenet.com
comunicacion@freixenet.com

📷 freixenet

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA MEJOR VINO DE LICOR

“Fino La Honda”, D.O.P. Jerez-Xérès-Sherry
Grupo Osborne, El Puerto de Santa María (Cádiz)



Fino La Honda

Fino La Honda es un Fino viejísimo en rama de 12 años de edad, cuya solera fue fundada en 1852 en la antigua Bodega La Honda, una de las más antiguas de El Puerto de Santa María destinada a la elaboración de los vinos finos y finos amontillados. Con una particularidad, se encontraba por debajo del nivel de las propiedades alledañas lo que además de dar origen a su nombre, imprime unas cualidades únicas a sus vinos debido al especial microclima en la bodega, muy húmeda y protegida de los cambios de temperatura.

Fino muy complejo, de color oro intenso con brillos ámbar, y con notas de levadura de flor atenuada por intensas notas de oxidación y de caramelo tostado. Con recuerdos a mazapán, salitre, almendras, avellanas y nueces garrañadas. En boca la entrada es seca y con volumen, con un punto salino. Con poderoso paso de boca, largo y untuoso con notas de madera noble y fuerte persistencia de frutos secos.

Ideal para maridar con pescados de roca, mariscos, pulpo, vichyssoise, tempuras, tartar de atún, sushi y sashimi.

Comienzos, evolución y desarrollo

Osborne comienza a escribir su historia como una de las empresas más antiguas del mundo en 1772, momento en el que comienza el pleito conocido como de la vinatería, que se resolverá permitiendo a las bodegas poder abordar íntegramente, por primera vez, todo el proceso de elaboración y comercialización.

De una pequeña bodega de vinos de Jerez a una de las compañías españolas más reconocidas del mundo, con presencia en más de 70 países, con dos filiales internacionales, en China y Brasil, 6 plantas de producción en España, 855 empleados y una con una facturación de más de 252 millones de euros.

Filosofía empresarial

Osborne, hoy, 254 años después, sigue guiándose por una visión: consolidarse como referencia internacional de la gastronomía española.

Transmite la riqueza social y cultural de nuestro país, permitiendo que las personas disfruten y compartan experiencias auténticas a través de sus marcas de una forma sostenible.



#alimentosdespaña

A lo largo de toda su historia, Osborne ha contribuido a transmitir la riqueza y la tradición social y cultural española. Cuidándola, potenciándola y adaptándola en el tiempo, asegurándose de que nunca se pierde el valor de lo auténtico.

Hoy pueden decir con orgullo que Osborne es un auténtico embajador de España, gracias a productos gastronómicos de la máxima calidad reconocidos internacionalmente por sus marcas icónicas como son Cinco Jotas, Caviar Riofrío, la ginebra Nordés, Bodegas Montecillo, Carlos I, Anís del Mono, Veterano o los propios vinos de Jerez de Osborne, con los que la compañía inició su camino y que hoy siguen siendo referencia de calidad y tradición.

Un modelo de negocio único, que controla toda la cadena de valor, desde los procesos agrícolas y ganaderos enraizados en el mundo rural, pasando por la elaboración respetuosa con los mejores procesos artesanales, y hasta la “puesta en escena” en restaurantes donde el consumidor disfruta de experiencias memorables.

Una empresa moderna e innovadora que nunca deja de reinventarse sin alejarse de sus orígenes y de la mejor tradición. Una empresa responsable que contribuye a la sostenibilidad de su entorno, que se preocupa por la salud de sus consumidores y que impulsa proyectos sociales a través de su Fundación. Una empresa orientada siempre al consumidor al que le ofrece experiencias gastronómicas únicas, herederas de la mejor tradición española.

Osborne y todas sus marcas comparten cuatro valores que se resumen en cuatro pilares: maestría, autenticidad, espíritu visionario y compromiso. Transforman su legado sin perder la esencia, haciendo de lo bueno lo mejor gracias a la maestría transmitida a lo largo de generaciones. Llevan en su ADN la autenticidad, respetuosas con la mejor tradición.

Perspectivas de futuro

Nacieron de una idea visionaria y convierten la tradición en innovación para seguir explorando nuevos caminos posibles.

Han aprendido a ver más allá de una generación y su compromiso es con el futuro, con la tierra, con la gente que la trabaja y con la naturaleza que lo hace posible, siendo sostenibles desde 1772.

OSBORNE
1772

Grupo Osborne, S.A.U.
Fernán Caballero 7
11500 El Puerto de Santa María (Cádiz)
☎ +34 956 869 000
comunicacion@osborne.es
www.osborne.es

PREMIO
ALIMENTOS DE ESPAÑA
MEJOR BEBIDA ESPIRITUOSA
CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA
2026

PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA MEJOR BEBIDA ESPIRITUOSA CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA

“Anís Chinchón de la Alcohola Dulce”, Indicación Geográfica Chinchón
González Byass Distribución, S.L., Jerez de la Frontera (Cádiz)



Chinchón de la Alcohola es una emblemática marca de anís elaborada en el municipio de Chinchón (Madrid) bajo una estricta Indicación Geográfica (IG). Destaca por su método tradicional de destilación artesanal en alambiques de cobre, empleando exclusivamente ingredientes naturales y grano de anís verde (también conocido como matalahúva). La gama de productos se divide según su contenido de azúcar y graduación alcohólica:

- Chinchón de la Alcohola Dulce (35% vol.). En boca es cálido, dulce y goloso, ideal para tomar solo, con hielo o acompañado de repostería tradicional.
- Chinchón de la Alcohola Seco (43% vol.). No contiene azúcar y ofrece un aroma y sabor francos, limpios e intensos a anís destilado.
- Chinchón de la Alcohola Seco Especial (74% vol.). Obtenido directamente del alambique y muy apreciado tanto en catas como en la alta gastronomía para flamear postres.

Evolución y desarrollo

González Byass está dedicada al vino y los espirituosos desde 1835 con la bodega fundada por Manuel María González en Jerez de la Frontera.

Cuenta con una de las más amplias, prestigiosas y diversas gamas de producto del sector de las bebidas tanto nacional como internacionalmente. Inicialmente era una bodega de vinos tradicionales andaluces a ser una “Familia de Vino y Spirits” y contar con presencia en las principales denominaciones de origen.

Desde sus inicios, asumen la responsabilidad de proteger la tierra, las comunidades y las tradiciones. La sostenibilidad fundamenta la estrategia de la compañía para consolidar un futuro donde el impacto positivo en las personas y el planeta sea una realidad. González Byass comercializa sus productos en más de 100 países.

Acciones de información y promoción

Destacan las siguientes iniciativas para la calidad y seguridad alimentaria:

- Política de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad Alimentaria, con estrictos requerimientos reglamentarios y compromisos adquiridos de calidad y para la mejora continua.
- Sistema de Gestión de Calidad certificado de acuerdo con la ISO 9001.
- Certificaciones BRC e IFS, los estándares de seguridad alimentaria más exigentes.



#alimentosdespaña

cer catas y actividades relacionadas con el vino, su elaboración y disfrute.

Innovación

La investigación ha sido una prioridad desde sus inicios. Prueba de ello es la constitución de un organismo de investigación propio denominado CIDIMA (Calidad, Investigación, Desarrollo, Innovación y Medio Ambiente) ya en el año 1955, siendo el primer Centro de Investigación privado de este país. En la actualidad, el CIDIMA desempeña un papel protagonista en la nueva realidad sostenible del grupo González Byass.

- Implementan el sistema de gestión FOOD DEFENSE, para minimizar riesgos de adulteraciones, contaminaciones deliberadas de producto o cualquier otra acción que pueda perjudicar a la cadena de suministros alimenticios.
- En las encuestas de satisfacción obtienen puntuaciones situadas entre 4 y 5 sobre 5 en todas las áreas.

Además, González Byass desarrolla actuaciones enfocadas en la concienciación sobre el consumo responsable como “Wine in Moderation” y otras lideradas por la FEV. Están adheridos al sistema de Autocontrol de publicidad y garantizan una información completa, clara y veraz en las etiquetas de sus productos.

A través de sus experiencias enoturísticas, dan a conocer sus bodegas y viñas, además de ofre-

Es socio de la Asociación Plataforma Tecnológica del Vino de España (PTV) participando activamente en Comités Técnicos, Grupos de trabajo de la Comisión Técnica, así como en sus órganos de gestión y organización.

González Byass participa en numerosos proyectos donde la sostenibilidad y la innovación son protagonistas como en el caso de Fuelphoria, centrado en la captura, almacenamiento y uso de carbono en las bodegas; HarvREST, enfocado en la penetración en el sector de las energías renovables, a través de la descarbonización de la maquinaria agrícola, testando soluciones eléctricas y autónomas, agrivoltaismo y en la digitalización energética inteligente en bodegas, y otros como Rebo2Vino, que analiza el impacto y la viabilidad del sistema de reutilización de botellas de vidrio en el sector vitivinícola.

FAMILIA
**GONZÁLEZ
BYASS**
VINOS Y SPIRITS · 1835

González Byass Distribución S.L.
Paseo de las Doce Estrellas, nº2, 5ª Planta,
28042 (Madrid)

☎ +34 91 490 37 00

gonzalezbyass@gonzalezbyass.es
www.gonzalezbyass.es

✉ Gonzalez_Byass

ESPAÑA SABE

EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO

#alimentosdespaña



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN