

Más de 400.000 personas visitaron Fromago en su tercera edición, con un aumento del 25% en las ventas

Los responsables de la Diputación y EILZA buscan garantizar el carácter mundial de la feria con mayor presencia de personalidades internacionales del mundo del queso.

*Por Gabinete de Prensa
sep 23, 2026*



El presidente de la Diputación de Zamora, **Javier Faúndez Domínguez**, y la presidenta del Patronato de la Fundación Escuela Internacional de Industrias Lácteas (EILZA), **Sara Fregeneda López**, han realizado esta mañana en el Salón de Plenos de la Institución Provincial el **balance oficial** de la **Feria Internacional del Queso de Zamora Fromago 2026**.

Entre los grandes números que deja esta **tercera edición** está la visita de **más de 400.000 personas** en sus cuatro días de duración, desde el **jueves 17 al domingo 20 de septiembre**, lo que se traduce en unas ventas de **210 toneladas de queso** que alcanzan los **6,6 millones de euros**, un **25% más que en 2024**. El objetivo ahora es trabajar desde este mismo momento para que la próxima edición convierta al encuentro zamorano en **la mayor feria de queso del mundo** y contar con una **mayor presencia de personalidades internacionales**.

Por tal motivo, y tras la presentación del balance, los **responsables de la Diputación y EILZA** han firmado un **protocolo** que sirve de encomienda de gestión para **la organización de Fromago 2028**.

«El trabajo empieza desde hoy. No podemos crear incertidumbres sobre el futuro de Fromago», ha justificado **Javier Faúndez**, quien también ha recordado que una **comisión permanente** integrada por los miembros de la Escuela de Industrias Lácteas se encargará de su seguimiento, de que nada se deje al azar y quede **garantizado el futuro de un proyecto tan importante para Zamora**.

El responsable provincial repasó las cifras de esta tercera edición, con una **ocupación hotelera del 100% en Zamora** y también con reservas en provincias limítrofes para los que no encontraron alojamiento en la capital. También hubo algunos participantes que durmieron en autocaravanas en campings y espacios habilitados para su estacionamiento. La **facturación hotelera** en la provincia ha alcanzado **1,5 millones de euros**, más de 2 millones incluidas las provincias limítrofes.

En cuanto a la **restauración**, no hay cifras oficiales, pero sí un sondeo entre los hosteleros que muestra su «satisfacción». Si el resto del año, como les comentó uno de ellos, viene haciendo una caja de jueves a domingo de 16.000 euros, en estos cuatro días de la feria ha llegado a 40.000.

También ha aumentado el **producto ofrecido en la feria**, de las 1.200 de 2024 a **1.600 variedades de queso** en 2026, y la **participación** de los visitantes, pasando de **8.000 a 10.150 entradas vendidas para los túneles del queso**.

Todo este aumento también se ha traducido en **un incremento de ventas que supera el 25%**: de 170 toneladas de queso comercializado en 2024 a **210 toneladas en 2026**, lo que supone pasar de 5 millones de euros en ventas a **6,6 millones**.

El **impacto económico alcanza los 18 millones de euros** para un evento que es **un escaparate publicitario de primer orden para Zamora**, con 5,2 millones de euros de visualizaciones en redes sociales y 80.000 interacciones de comentarios en Instagram, Facebook y otras plataformas en el último mes, desde que culminó el Camino a Fromago en Madrid el pasado 3 de septiembre.

El **retorno de imagen** es de más de **7 millones de euros**, más de 5 euros por cada euro invertido en Fromago 2026, ya que la feria ha tenido **un coste de casi 1,5 millones de euros**.

Además de la buena acogida que ha tenido entre el público, entre los zamoranos, la feria es también un buen lugar para el **«negocio del queso»**, para que los fabricantes, artesanos del sector lácteo, los comerciantes, etcétera celebren reuniones, hagan sus transacciones y cierren acuerdos. Un ejemplo son las **530 misiones comerciales** que tuvieron lugar.

Todo ello ha tenido lugar en una feria en la que no se ha registrado **ningún tipo de incidente**, como manifestó **Faúndez**. Añadió que Fromago es muestra de que **«en esta provincia se pueden hacer grandes cosas»** y de que, con el «trabajo silencioso previo» que se ha hecho en los dos últimos años, se consigue «dejar un buen poso, buena imagen para que la gente repita».

Objetivos para una edición más internacional

Ahora toca ponerse a trabajar en la próxima edición, sin dilación, con «humildad» y «sin complejos», sabedores de que Zamora tiene capacidad para convertirse en **«la capital mundial del queso» de cara a la edición de 2028**. Entre los objetivos que enumeró el presidente de la Diputación de Zamora están volver a celebrar en la ciudad **la entrega de los Premios Cincho**, formar parte del **Calendario Nacional de Ferias** o que estén presentes todas las **denominaciones de origen de Francia e Italia**. De momento, añadió **Sara Fregeneda**, si este año había 5 expositores de Roquefort, el interés de esta DO llevará a montar «una calle completa» dedicada a esta variedad de queso.

No faltaron los agradecimientos a todos aquellos que han hecho posible esta feria, desde los **patrocinadores** a los cuerpos y fuerzas de Seguridad, Cruz Roja, servicios sanitarios, seguridad privada, servicios de limpieza, montaje, trabajadores de la Diputación y de EILZA, los grupos de folclore que han amenizado las calles y, sobre todo, a los **70 voluntarios** que han prestado su ayuda de forma desinteresada.

Por su parte, **Sara Fregeneda** informó de que la satisfacción que les han manifestado los participantes es plena, ya que, añadió, **«el 95% de los expositores nos han dicho que les guardemos el sitio»** de cara a **Fromago 2028**.

Entre los aspectos a mejorar, aumentar las **zonas de aparcamiento disuasorio y los autobuses lanzadera** y, también, **la limpieza**, sobre todo en algunas zonas como los Jardines del Castillo.

Y entre los objetivos, no están tanto ampliar la feria, que ha ocupado unos 40.000 metros cuadrados, que quizá se podría aumentar en número de expositores, «pero muy poco». **«No es el objetivo ampliar, sino asentar la feria»**, añadió. Y, sobre todo, seguir trabajando para **atraer mayor número de personalidades internacionales**, cuya presencia es una garantía para alcanzar ese carácter mundial de la feria que se ha marcado como objetivo para la próxima edición.