

# El sector agroalimentario mira a Europa

La industria agroalimentaria es sin duda uno de los grandes activos de la economía castellano-leonesa. En el campo de esta región se cultivan productos cuya transformación industrial y posterior comercialización debe servir para un mayor enriquecimiento de la población. Sectores como el vitivinícola, el cárnico, el lácteo, la panificación o la dulcería son ejemplos de la pujanza que esta región debe tener en el concierto nacional e incluso europeo.

Poco tiene que envidiar un vino de la Ribera del Duero, un jamón de Guijuelo, un queso de Burgos, o unas yemas de Avila a otros vinos, jamones, quesos o dulces que se producen más allá de nuestros bordes comunitarios.

Aquí somos capaces de producir alimentos de primera calidad, alimentos tradicionales y de nueva creación. Y la muestra la vamos a contemplar en el III Salón «Castilla y León Alimentaria» que va a tener lugar en Valladolid del 26 al 30 de este mes.

La agencia de noticias ICAL y el grupo de periódicos que la forman han entendido que éste era un buen momento para exponer a los castellano-leoneses cómo está la industria agroalimentaria en nuestra Comunidad. Superado el concepto de una Castilla y León agraria, el paso hacia una industrialización de la región tomando como materia prima el producto de la tierra parece obligado.



ramiro-hazul



En el sector comercial es importante el nivel de servicio. Porque el trato personal y la buena atención generan buenos resultados. Por ello cada vez más profesionales del comercio saben apreciar la línea de servicios que les ofrece Caja España. Con los recursos y experiencia de la primera Entidad Financiera de Castilla y León.

**Caja España**   
**CRECIENDO JUNTOS.**

# Pasen, vean y caten

► El III Salón Castilla y León Alimentaria ofrece los principales avances del sector

ICAL

El III Salón Castilla y León Alimentaria, certamen bianual que abre sus puertas el sábado 26 de octubre, permitirá dar a conocer los avances en la producción, transformación, distribución y comercialización de un sector clave en la economía de Castilla y León, que espera superar el reto de la calidad en vísperas del Mercado Unico.

El recinto de la Feria Internacional de Muestras de Valladolid acogerá en esta edición a 600 empresas, distribuidas en 250 expositores. Además, contarán con stand propio las comunidades autónomas de La Rioja, Asturias, Galicia, Navarra, Aragón, Murcia, Extremadura, Cataluña y Castilla y León.

La dirección del Salón ha cursado más de 100.000 invitaciones a personas vinculadas empresarialmente a la alimentación, ya que en esta edición quiere acentuar el carácter profesional de la feria. El público también puede visitar al recinto previo abono de la entrada, de 600 pesetas.

En la anterior edición, de diciembre de 1989, alrededor de 200.000 personas visitaron el Salón. La organización espera superar ampliamente esta cifra y prevé una asistencia de 300.000 personas. En vísperas de inaugurarse la tercera muestra, la feria alimentaria de Valladolid se ha consolidado como la segunda cita en importancia de España, tras Barcelona, con lo que se ha convertido en un eficaz instrumento para que los productos castellanoleonés sean más conocidos y vendidos en España y



El Salón Alimentaria está especialmente dirigido a los profesionales del sector.

Europa, para mejorar las estructuras comerciales de la región y para presentar las nuevas tecnologías de producción y transformación de alimentos y bebidas, objetivos básicos.

El director general de Prosema, Miguel Escobar, ha destacado la importancia que este certamen

tiene para los propios empresarios de la agroalimentación por la promoción que supone de los productos acabados. «Los otros ejes de este certamen son el equipamiento comercial, la producción, distribución y la restauración».

### Formar e informar

Al margen de lo estrictamente comercial, la organización de Alimentaria ha confeccionado un completo programa de actividades formativas e informativas, con particular incidencia en las catas y degustaciones de produc-

tos tradicionales de Castilla y León.

Cita inexcusable será la mesa redonda sobre el «Presente y futuro de la formación profesional en el sector de la alimentación», con asistencia de especialistas de los Ministerios de Educación y Agricultura, el INEM, la Confederación de Organizaciones Empresariales y la UGT. Otras mesas redondas estarán especializadas en la reglamentación del cerdo ibérico y el lechazo; la nutrición y el sector alimentario; el consumo de la carne en Castilla y León; el comercio detallista del sector alimentario; la nueva ley del huevo y la legislación y normativa de la CE y los canales de comercialización a través del Centro Europeo de Información Empresarial «Euroventanilla».

Otros actos de interés son la muestra de escaparatismo con vistas a la campaña de Navidad, la demostración y degustación de la Escuela Superior de Confeitería de Madrid y la exhibición de deshuese, preparación y corte del jamón de Guijuelo. El mayor espacio del Salón ha sido contratado por el comercio y distribución, productos lácteos, y vinos y carnes, según la organización.

Además, estarán representadas empresas harineras, cerveceras, de dulces, caramelos, conservas y de productos congelados, así como fabricantes de tecnología, equipos auxiliares -como vehículos de transporte- y delegaciones sectoriales.

La feria alimentaria está organizada por la empresa Prosema y cuenta con la colaboración de la Junta de Castilla y León, la Asamblea Regional de Cámaras de Comercio y la Institución Ferial de Castilla y León.

## La promoción, primer objetivo

ICAL

Inmaculada Bonvehi, directora de Castilla y León Alimentaria, se estrena en el cargo con un reto claro: mentalizar al empresario de la necesaria promoción de sus productos para afrontar el «amenazante» Mercado Unico del 93. De 33 años, es diplomada superior en Relaciones Públicas por la Universidad de Barcelona, y su carrera profesional ha estado íntegramente ligada al ámbito de la alimentación. Esta tercera edición -afirma Bonvehi-, consolida al certamen alimentario castellano-leonés como el segundo en importancia de cuantos se celebran en España. Expositores de nueve comunidades estarán presentes, durante cinco días, en el recinto ferial vallisoletano, que este año concederá especial relieve al sector hostelero y de restauración.

—¿Cuál es el principal objetivo de Castilla y León Alimentaria?

—Tenemos dos objetivos muy claros. Uno, el de promocionar todos los productos castellanoleonés y otro el de crear un centro de negocios en el que se pongan en contacto la oferta y la demanda durante cinco días.

—¿Qué innovaciones se han introducido en la edición de este año?

—La primordial y por la que más hemos trabajado es la importancia que va a tener en esta edición la hostelería y la restauración. Estamos trabajando mucho para que, de alguna manera, este sector sea el protagonista, ya que hay un gran interés sobre todo entre los industriales vinícolas y de productos cárnicos y lácteos. Estamos en contacto con la Asociación Regional de Hostelería y Restauración para traer el máximo número de visitantes profesionales.

—¿Tiene relieve este certamen en el resto de España?

—Después del de Barcelona, podemos decir que el de Castilla y León es el salón de alimentación más importante de España, y que se ha consolidado con fuerza después de las dos ediciones anteriores. Prueba de su importancia es el hecho de que en esta ocasión van a participar representantes de nueve autonomías, así como varios importadores, con lo cual vamos a tener la presencia de productos extranjeros, tanto franceses como italianos y portugueses.



Inmaculada Bonvehi. Foto CACHO

—¿Entraña dificultad organizar una feria de este tipo?

—Desde el punto de vista de la dirección de la feria, el problema fundamental es la mentalización del empresario, sobre todo en el caso de algún sector concreto, de que entramos en el Mercado Unico, que las empre-

sas multinacionales las tenemos aquí, y que tienen mirar hacia adelante. En el caso de Castilla y León existe escasa concienciación, sobre todo entre los pequeños y medianos empresarios, de la importancia de acudir a certámenes de este tipo.

—Al margen de la exposición

de productos, ¿qué otros actos están previstos?

—Tenemos previstas varias actividades paralelas. Vamos a intentar que esta feria sea, además de exposición, informativa y formativa, con una serie de actos de carácter didáctico para todos los sectores. Habrá una cata de vinos cada día y por cada consejo regulador, catas de chorizo y de jamón, degustaciones, demostraciones de deshuesado de jamón, corte de lechazo y, probablemente, una cata de pan, que es algo bastante curioso. Además, está prevista la celebración de varias conferencias.

—La feria se anuncia como eminentemente profesional. ¿Va a estar abierta a todo tipo de público?

—No queremos descartar al gran público consumidor, aunque esto no quiere decir que las puertas estén abiertas a todo el público en general; la feria va a ser profesional y sólo van a entrar aquellas personas que se identifiquen como tales profesionales. Sin embargo, tenemos un grupo asociado y muy adentrado en temas alimentarios como la asociación de amas de casa, que van a estar aquí presentes como expositoras, como conferenciantes y como visitantes.

**26/Sábado****11.00 Degustación**

CHORIZO DE CANTIMPALO Y JAMÓN DE SEGOVIA

Organiza:  
DON JOSÉ MARÍA FIGUEROLA**12.00 Cata**

VINOS. CONSEJO REGULADOR DENOMINACIÓN DE ORIGEN RIBERA DE DUERO

Organiza:  
ESTACIÓN ENOLÓGICA**13.30 Charla y Degustación**

EL FOIE GRAS Y SUS SECRETOS

Intervienen:  
Manuel de Prado y Nathalie SoloumiacOrganiza:  
SELECTOS DE CASTILLA**16.30 Conferencia**

ESCAPARATISMO. DEMOSTRACIÓN DE DECORACIÓN ESPECIAL PARA NAVIDAD

Intervienen:  
Mercedes Seda  
Profesora de la Escuela Superior de Confeitería de MadridOrganiza:  
ASOCIACIÓN PROV. DE EMPRESARIOS DE CONFITERÍA DE VALLADOLID**17.00 Cata Comentada y Degustación**

JAMONES DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN GUIJUELO

Organiza:  
CONSEJO REGULADOR DENOMINACIÓN DE ORIGEN GUIJUELO**27/Domingo****10.30 a 14.00 Radio**

REALIZACIÓN DEL PROGRAMA DE LA CADENA COPE "VIVIR ES FORMIDABLE"

Intervienen:  
Padre Vicente Mundina  
Miguel del Pino  
Genaro CastroDirige:  
JOSÉ LUIS ARRAIZA**11.00 Conferencia**

EL COMERCIO DETALLISTA DEL SECTOR ALIMENTARIO. EL ASOCIACIONISMO

Intervienen:  
Primitivo Sanz  
Presidente de FENADA  
José Luis Calzada  
Junta de Castilla y León  
Organiza:  
ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE DETALLISTAS DE ALIMENTACIÓN**12.00 Cata**

VINOS. CONSEJO REGULADOR DENOMINACIÓN DE ORIGEN CIGALES

Organiza:  
ESTACIÓN ENOLÓGICA**13.30 Charla y Degustación**

EL FOIE-GRAS Y SUS SECRETOS

Intervienen:  
Manuel de prado y Nathalie SoloumiacOrganiza:  
SELECTOS DE CASTILLA**17.00 Conferencia**

TEMAS SANITARIOS DE ALTO RIESGO EN EL OBRADOR. LA NUEVA LEY DEL HUEVO

Intervienen:  
María Dolores Santos  
Asesora Farmaceutica de la Asoc. de Empresarios de Valladolid  
José Luis Useros  
Jefatura de SanidadOrganiza:  
ASOCIACIÓN PROV. DE EMPRESARIOS DE CONFITERÍA DE VALLADOLID**17.00 Cata Comentada y Degustación**

EMBUTIDOS DE GUIJUELO

Organiza:  
CONSEJO REGULADOR DENOMINACIÓN DE ORIGEN GUIJUELO**28/Lunes****11.00 Mesa Redonda. 3 Exposiciones**PERSPECTIVA SECTOR CARNICERO-CHARCUTERO MINORISTA  
Antonio Calvo  
Veterinario Salud Pública

EXPLOTACIÓN OVINA DE ORIENTACIÓN CÁRNICA

Jose Luis Martín Díez  
Director del Centro de Capacitación de Viñalta (Palencia)

EXPERIENCIAS NORMA DE CALIDAD DE LECHAZO CHURRO

Narciso Coloma Baruque  
Presidente de COLECHUOrganiza:  
GREMIO DE EMPRESARIOS CARNICEROS CHARCUTEROS DE VALLADOLID**11.00 Degustación**

CHORIZO DE CANTIMPALO Y JAMÓN DE SEGOVIA

Organiza:  
JOSÉ MARÍA FIGUEROLA**12.00 Cata**

VINOS. CONSEJO R. DENOMINACIÓN DE ORIGEN RUEDA

Organiza:  
ESTACIÓN ENOLÓGICA**13.30 Charla y degustación**

EL FOIE-GRAS Y SUS SECRETOS

Intervienen:  
Manuel de Prado y Nathalie SoloumiacOrganiza:  
SELECTOS DE CASTILLA**16.00 Cata**

QUESOS

Organiza:  
ESTACIÓN LACTOLÓGICA DE CASTILLA Y LEÓN INDO**16.30 Demostración y degustación**

ESCUELA SUPERIOR DE CONFITERÍA DE MADRID

Interviene:  
José Sierra  
Profesor Jefe de la Escuela Superior de Confeitería. MadridAsistirá:  
Salvador Santos Campano  
Presidente mundial de ConfeiteríaOrganiza:  
ASOCIACIÓN PROV. DE EMPRESARIOS DE CONFITERÍA DE VALLADOLID**17.00 Mesa Redonda y Debate**

SITUACIÓN DEL CONSUMO DE CARNE EN CASTILLA Y LEÓN

Intervienen:  
Pablo Lalanda  
Junta de Castilla y León  
Vicente Calle Olmo  
Cámara Of. de Comercio e Industria de Valladolid  
Juana María González Cabada  
Presidenta Nacional de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios  
Guillermo Mateo  
Gremio de Empresarios Carniceros Charcuteros de ValladolidOrganiza:  
ASOCIACIÓN DE AMAS DE CASA Y CONSUMO DE VALLADOLID**17.00 Exhibición y degustación**

DESHUESE, PRAPARACIÓN Y CORTE DEL JAMÓN GUIJUELO

Organiza:  
CONSEJO REGULADOR DENOMINACIÓN DE ORIGEN GUIJUELO**29/Martes****11.00 Cata**

QUESOS

Organiza:  
ESTACIÓN LACTOLÓGICA DE CASTILLA Y LEÓN**11.30 Conferencia**

PRESENTE Y FUTURO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN

Intervienen:  
Pablo Fernández Muñoz  
Ministerio de Educación y Ciencia  
Luis Gimeno de la Plaza  
Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación  
Francisco Blanco Crusat  
Instituto Nacional de Empleo (I.N.E.M.)  
Rafael Folch Gil Sanz  
Secretario de Formación U.G.T. (Fed. Alimentación y Tabacos)Organiza:  
ALIMENTARIA CASTILLA-LEÓN; MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA; MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN; INEM Y UGT**12.00 Cata**

VINOS. CONSEJO REGULADOR D.O. TORO

Organiza:  
ESTACIÓN ENOLÓGICA**13.30 Charla y Degustación**

EL FOIE-GRAS Y SUS SECRETOS

Intervienen:  
Manuel de Prado y Nathalie SoloumiacOrganiza:  
SELECTOS DE CASTILLA**16.30 Demostración y Degustación**

PRODUCTOS TÍPICOS DE ASTURIAS

Interviene:  
Escuela Gremial del Principado de AsturiasOrganiza:  
ASOCIACIÓN PROV. DE EMPRESARIOS DE CONFITERÍA DE VALLADOLID**17.00 Cata comentada y Degustación**

EMBUTIDOS DE GUIJUELO

Organiza:  
CONSEJO REGULADOR DENOMINACIÓN ORIGEN GUIJUELO**17.00 Información al Consumidor**

DÍA DE LA PASTA

Interviene:  
María Pilar JerezOrganiza:  
ACADEMIA ESPAÑOLA DE LA PASTA**18.00 Conferencia**

LEGISLACIÓN Y NORMATIVA EN LA CEE Y LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN A TRAVÉS DEL CENTRO EUROPEO DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL: "EUROVENTANILLA" "BCNET"

Intervienen:  
José Antonio Fuentes  
Director de Euroventanilla  
Carlos Fernández  
Subdirector de Euroventanilla  
Julia González  
Jefe Técnico de EuroventanillaOrganiza:  
GRUPO BANCO DE CASTILLA**30/Miércoles****12.00 Mesa Redonda**

LA NUTRICIÓN Y EL SECTOR ALIMENTARIO

Ponentes:  
Juan José Francisco Polledo  
Director Gral Protección Consumidores. Mº Sanidad y Consumo  
Antonio Maceda Cortés  
Técnico de la Fed. Nacional de Alimentación y Bebidas  
Benito Moreno García  
Catedrático de Bromatología y Microbiología de los Alimentos de la Facultad de Veterinaria de LeónModerador:  
Raúl Rodríguez Sainz-Rozas  
Consejero de Galletas Gullón, S.A.**12.00 Cata**

VINOS. CONSEJO R. DENOMINACIÓN DE ORIGEN BIERZO

Organiza:  
ESTACIÓN ENOLÓGICA**12.00 Charla y degustación**

EL FOIE-GRAS Y SUS SECRETOS

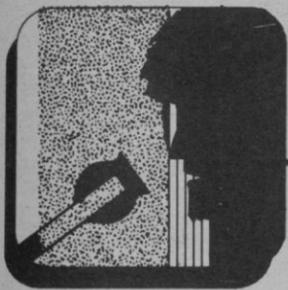
Intervienen:  
Manuel de Prado y Nathalie Soloumiac**16.30 Demostración y degustación**

PRODUCTOS TÍPICOS CASTELLANOS

Interviene:  
Productos HermaOrganiza:  
ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE EMPRESARIOS DE PASTELERÍA

# “Nuestros productos requieren un mayor esfuerzo exportador”

► El presidente del Salón Alimentaria defiende el asociacionismo



ICAL

La bondad de los productos que elaboran las industrias alimentarias de la región merece, en opinión de Miguel Jerez López, presidente de la Feria Castilla y León Alimentaria, un esfuerzo que suponga la apertura a nuevos mercados. Esa actividad exportadora requiere actuaciones inmediatas de mejora de la calidad productiva y de establecimiento de canales de distribución, que sólo serán rentables mediante la constitución de consorcios o asociaciones sectoriales, según Jerez. El máximo responsable de la feria agroalimentaria anima también a los empresarios a exponer sus problemas de manera asociada ante la Administración para que resulte más fácil aplicar medidas realmente eficaces.

—¿Qué importancia tiene para esta región el desarrollo de la industria agroalimentaria?

—Esta industria tiene un gran valor añadido porque utiliza materias primas de Castilla y León y eso siempre será más positivo para la Comunidad. Además, se trata de materias primas nobles con las que puede competir con cualquier otro país o región del mundo. La bondad de los productos que elaboran las industrias de la región merece un esfuerzo que suponga su mantenimiento y su apertura a nuevos mercados.

—¿Las administraciones públicas desarrollan una política acertada, con medidas que ayuden de manera real al sector?

—No digo que hagan una política acertada o inoportuna,

pero la mayoría de las cosas que hacen los políticos parten de unos derechos, unos intereses, unas acciones reivindicadas por los ciudadanos. No podemos ni debemos estar esperando que nuestras autoridades nos resuelvan nuestros problemas.

## Asociacionismo

—Es decir, que se debe dar la vuelta al planteamiento. Tienen que ser los empresarios quienes acudan unidos a la Administración para pedir medidas concretas.

—Exactamente. Deben exponer lo que quieren y sus razones. Entonces, la Administración llegará a realizaciones a las que hoy no alcanza. No podemos funcionar cada uno por nuestra cuenta en estos momentos. Estamos completamente desfasados. Y debemos pensar que estamos en un mercado libre, que sólo se mueve a impulsos de las asociaciones, ya que individualmente hoy no se mueve nadie.

—¿El sector está preparado para introducir sus productos en los exigentes mercados europeos, que demandan una alta calidad y una atractiva imagen?

—Defectos de control de calidad en la producción se dan en las mejores familias, no sólo en España sino en el mundo entero,

► *“No podemos ni debemos estar esperando a que nuestras autoridades nos resuelvan los problemas”*

pero es un hecho cierto. No obstante, cada vez se acusa menos.

—Entonces, el problema es más bien de recortar costes y producir a precios competitivos.

—No, el precio competitivo hoy ya se ha pasado porque las centrales de compra tienen el arma principal, que es mandar sobre la oferta. Cuando hay una



Miguel Jerez, presidente del Salón Alimentario

oferta masiva, lógicamente se aprovechan. Eso no me parece ni bien ni mal, pero es un hecho cierto que ante una oferta masiva hay que buscar otros mercados y exportar. No hay otro camino.

## Exportación

—¿Hay empresas de Castilla y León con una actividad exportadora?

—Sí, pero es una exportación muy limitada. Pocas empresas lo hacen y tampoco logran exportar para competir con lo que llega del exterior. Siempre concurren en desventaja -lamentablemente es así- y si esto pasa con las grandes empresas, no digo nada con relación a las pequeñas y medianas, que en ese aspecto hacen muy poco o nada. Desde luego, la iniciativa privada tiene mucha importancia, pero la Administración debe de promover esa importancia que exige el futuro de las empresas.

—Esa promoción de las autoridades públicas, ¿por qué líneas puede moverse? ¿A través de una empresa mixta exportadora, como ha hecho la Junta de Castilla y León con la sociedad Excal?

—Ese es un camino, pero yo entiendo que debieran de centralizarse todas esas actuaciones porque, de lo contrario, se van a ir muriendo en pequeñas opciones que no pueden redundar de la forma positiva y definitiva que necesitan las empresas. La Administración y las cámaras de comercio e industria colaboran de múltiples formas, pero el hecho de ir a una feria y exponer tus productos no es suficiente. Las medianas y pequeñas empresas necesitan también información y una centralización de la oferta en unos puntos de venta del exterior.

—¿Qué deben hacer las pequeñas empresas agroalimentarias de Castilla y León?

—Lo primero que tienen que hacer en la región es asociarse. Luego, ver si su producto está dentro de los cánones técnico-sanitarios. También si tiene imagen, calidad, y si el modelo que fabrica es análogo a lo que exige el consumidor del mercado al que quiere exportar. Dentro de las asociaciones se pueden obtener todos estos conocimientos, absolutamente necesarios porque, de lo contrario, es ir con una venda en los ojos.

► *“Estamos en un mercado libre, que sólo se mueve a impulsos de las asociaciones”*

—¿Ya existe alguna asociación o unión de ese tipo?

—Hay infinidad de asociaciones establecidas en España y algunas no reúnen ni al diez por ciento de su sector. Por otra parte, estar descolgado de una asociación que puede nutrirle de una información importante para su propia industria me parece una locura por parte de las empresas que, aunque sean pequeñas, deben estar asociadas. Así podrán acceder al flujo de información de la CE y a los bancos de datos de la Administración española, que informan de manera constante de las reglamentaciones técnico-sanitarias, de vertidos... Montones de cosas que las empresas tienen que vivir en su propia carne.

## Función de las ferias

—¿Qué función cumplen las ferias alimentarias en este panorama de producción, transformación y redes de distribución? ¿Se logran objetivos claros?

—Las ferias monográficas tendrán más o menos éxito, pero siempre son positivas y cada vez más. Los profesionales se dan cuenta que el hecho de acudir a una feria monográfica tiene opciones que no vive en su parcela. Puede ver marcas, calidades, diversos productos.

—Pero, ¿qué logra un empresario de una marca concreta en una feria?

—Contratos. Otros consiguen tener un distribuidor en una zona nueva o vender a un comercio que antes no conocía ese producto. Quienes no son figura en el mercado de su producto siempre se fijan en los que realmente innovan. Los productos de las empresas más importantes son copiados regularmente en el mundo.

**¡ATENCIÓN DETALLISTAS!**



## almacenes campillo, s.a.

C/. SALUD, 14. Tels. (983) 29 93 23 - 29 45 78 • 47012 VALLADOLID

**Les invita a visitar la GRAN EXPOSICION de:**



**ADORNOS  
NAVIDEÑOS  
Y REGALOS  
REYES**

**DISTRIBUIDOR DE LAS MEJORES FIRMAS NACIONALES E INTERNACIONALES/IMPORTACIONES EXCLUSIVAS**















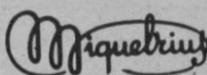




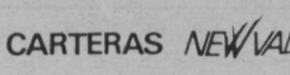






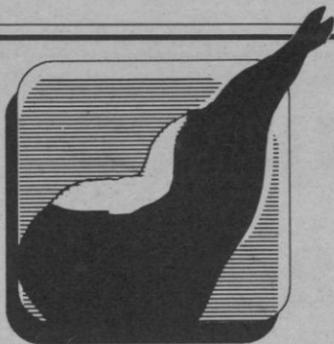








Además disponemos de Objetos de Escritorio, Papelería, Material de Oficina y Regalos a los mejores precios.



La cárnica es una de las industrias más relevantes de Castilla y León. No hay en esta tierra de abundante grano y pasto gastronomía ni plato que se precie que no incluya algún tipo de carne. Productos de sabores y aromas singulares como las carnes rojas de la ternera de Avila, los embutidos de Cantimpalos o ese lomo y ese jamón de cerdo ibérico de Guijuelo. Productos típicos y de calidad reconocida con la denominación de origen, que hay que gozar en plenitud.

## Las tentaciones de la carne

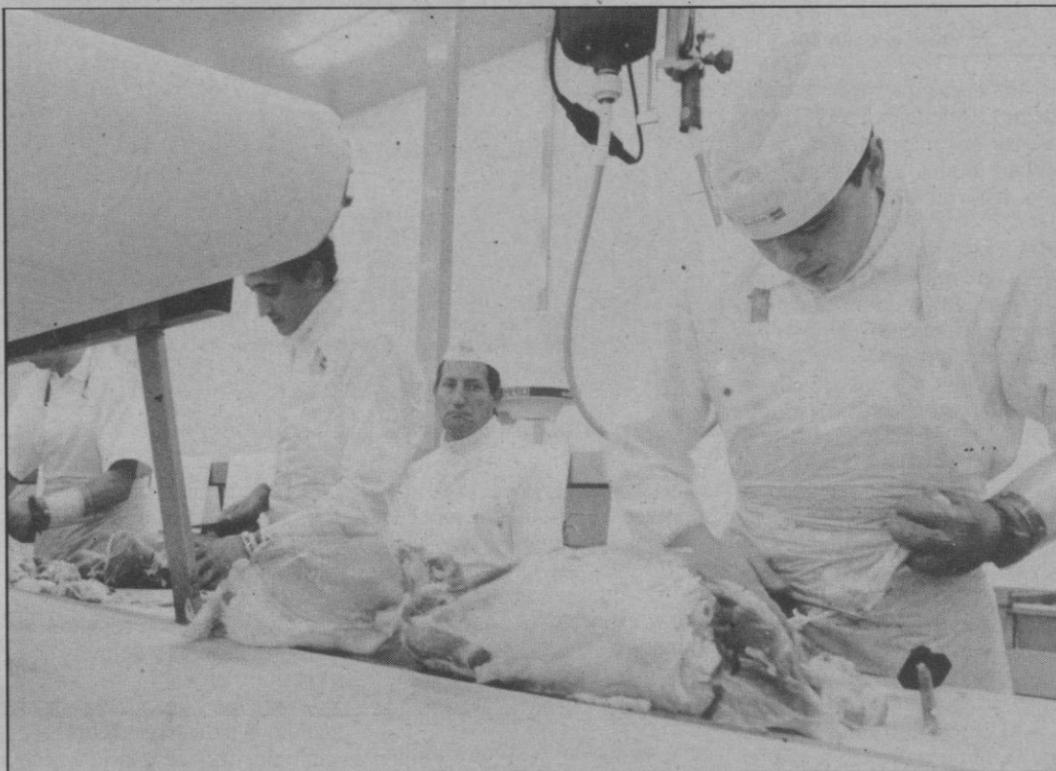
► Guijuelo, Avila y Cantimpalos ofrecen productos de calidad reconocida

### ICAL

Es una industria atomizada y tradicional. Hay en Castilla y León, según se recoge en el directorio de industrias agrarias elaborado por el Gobierno regional, más fábricas de embutidos y secaderos de jamones que en cualquiera otra comunidad autónoma. En la elaboración de embutidos sobresale la provincia de Salamanca, cuna de los productos de Guijuelo.

En el sureste de la provincia de Salamanca, en la zona de Guijuelo, está localizada la industria chacinera que elabora y comercializa el jamón serrano y el lomo de cerdo ibérico, uno de los productos tradicionales y de calidad con denominación de origen reconocida desde 1986, aunque su popularidad y prestigio vienen de lejos. Productos derivados del cerdo ibérico que tienen su secreto en la alimentación a base de bellota y en el cuidado y elaboración de los mismos.

Además de Guijuelo -que da nombre al jamón ibérico-comparten la denominación de origen los demás pueblos de la Ribera de Béjar, entre el Tormes y el Alagón, pueblos con un clima continental de montaña, azotados por los vientos fríos del Sistema Central y con abundante vegetación de encina y alcornoque. De Ledrada, Béjar, Tama-



La industria cárnica está atomizada. Foto ALBERTO RODRÍGUEZ/DB

mes, Miranda de Castañar y de otros núcleos de la comarca procede buena parte de los productos que se comercializan bajo la denominación genérica de «Guijuelo».

La del jamón ibérico es una industria conocida ya desde siglos y extendida por los arrieros a otros puntos de la península.

La matanza tradicional adquirió ya a finales de la pasada centuria dimensiones industriales aprovechando los nuevos canales de distribución por carretera y ferrocarril.

Hoy es el Consejo Regulador el que se encarga de controlar todas las fases de esta industria floreciente, desde la crianza del cer-

do hasta el proceso de elaboración y tratamiento de las piezas. Todo está regulado aquí. La raza y procedencia de los cerdos, la alimentación -del consumo de bellota, del recebo o del pienso depende buena parte de su calidad-, el sacrificio, el "asentamiento" de jamones y paletas, el secado natural -que llaman "su-

dado" en instalaciones apropiadas y los plazos de maduración. Sólo así se consigue la calidad que se garantiza en el etiquetado. La mejor corresponde al cerdo de montanera, alimentado de bellotas.

El proceso de secado del jamón ibérico de Guijuelo se inicia en primavera, después de una rigurosa selección de las piezas, y exige unos cuidados que sólo conocen los lugareños, más por

► *Alrededor de 400.000 jamones salen cada año de las modernas instalaciones de Guijuelo*

intuición y experiencia que por mandato del Consejo Regulador. En el otoño, las piezas acreditadas ya con el sello de la denominación de origen pasan a las bodegas para su maduración definitiva. Han transcurrido 18 meses desde el sacrificio del cerdo. Dos veranos desde que el jamón serrano, perfilado en la clásica forma de uve, entró en los secaderos.

Alrededor de 400.000 piezas -jamones y paletas- salen cada año de las modernas instalaciones en las que se elaboran los

*Pasa a pág. siguiente*

## Del ruedo a la cazuela

Morro rebozado, criadillas guisadas, lengua estofada con piñones, rabo, riñones, guiso de lomo, solomillo a la parrilla, redondo en su jugo. Estos son algunos platos que tienen como protagonista al toro de lidia. Aficionados al toro y al mantel se reúnen de cuando en cuando para disfrutar de unas carnes que brillan ya con luz propia entre las especialidades gastronómicas de nuevo cuño.

La carne de toro bravo, del toro de lidia procedente de los espectáculos taurinos, goza según entendidos y aficionados de aromas y sabores especiales que confieren singularidad a los guisos. Comensales vinculados al toro y a las industrias cárnicas así lo aseguran. Es una carne noble -dicen- más barata que la de otras procedencias y avalada por su carácter bravío en hábitos y alimentación.

Restaurantes de postín incluyen en su carta platos elaborados con carne de toro de lidia, ensalzada unánimemente por sus valores gastronómicos.

La carne de toro de lidia, de gran rendimiento y apta para el consumo humano, se vende en establecimientos autorizados. Previamente la inspección sanitaria ha decomisado las partes afectadas por hemorragias o lesiones. Tiene ya su público fijo, que valora su sabor y su riqueza biológica. También encuentra buena acogida en el mercado la carne de los toros accidentados y de hembras deshechadas en las tientas.

El paso siguiente es la comercialización de esta carne a gran escala. Se trata de una carne singular y de gran riqueza gastronómica, de reses que han sido alimentadas con esmero y que han pasado minuciosos controles sanitarios. Además, su precio en el mercado es inferior al que corresponde a su calidad.

Extraña a los ojos del profano el número de ganaderías de bravo existentes en Castilla y León. En las dehesas de Salamanca hay más ganaderías bravas que en las provincias de Sevilla, Cádiz y Huelva. En conjunto, las ganaderías bravas de la región reúnen un tercio del ganado de lidia de España.



Viene de pág. anterior

productos de Guijuelo. Todo el proceso está homologado por la reglamentación europea, sin perder por ello el trato artesanal característico de estos productos, que requieren una vigilancia y dedicación exquisitas y permanentes. Hasta ahora 77 firmas están acogidas a la denominación de origen. Otras tantas esperan su turno para incorporarse y comercializar los "pata negra" ibéricos madurados en las bodegas silenciosas que salpican la comarca.

La demanda de estos productos de reserva -lomo ibérico, jamón y paletas de Guijuelo-registró una subida notable en los

► *Los chorizos de Cantimpalos se comercializan desde principios de siglo con nombre propio y presentación específica*

años cincuenta, y gozan desde entonces del reconocimiento en los mercados nacionales e internacionales, con presencia en todas las ferias y certámenes agroalimentarios. Un prestigio que ha llevado el nombre de Guijuelo a todas las guías de productos tradicionales que recibirán un nuevo impulso con la ampliación de los mercados nacionales.

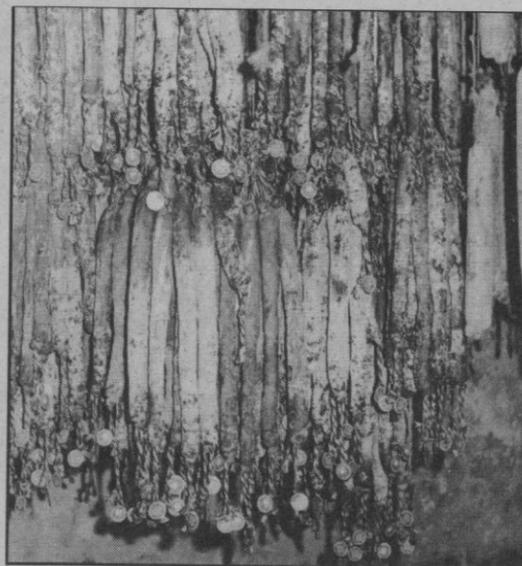
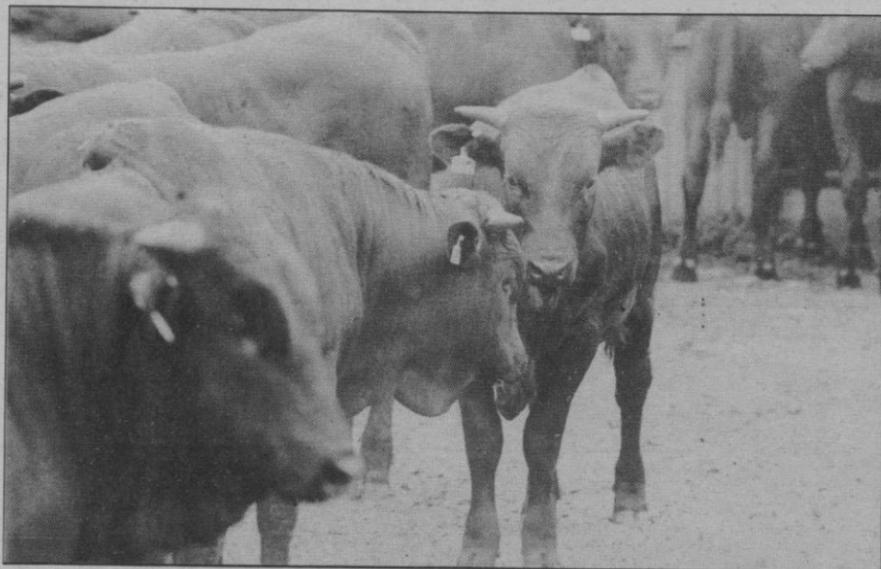
Para 1993 estará en pleno rendimiento el centro tecnológico de elaboración de la carne en Guijuelo. Entre sus funciones figuran la de prestar asistencia técnica a los industriales del sector y la de formar profesionales. De él depende en parte el futuro de los productos de Guijuelo y su comarca.

► *Los productos de Guijuelo tienen su secreto en la alimentación del cerdo a base de bellotas, además del cuidado con que son elaborados*

El embutido es un arte en Castilla y León y una prueba más de las enormes posibilidades de la industria cárnica. Se explica por el clima idóneo para la conservación de las carnes y por la calidad de las materias primas, carne de vaca y de cerdo, fundamentalmente.

La tradición chacinera adquiere renombre universal en las comarcas serranas de Segovia, de Riaza a Villacastín, con la cuna en Cantimpalos, donde se elabora un embutido artesanal, con abundante pimemntón, grueso en la forma, de finos sabores y de aroma singular, que tramita su denominación de origen y su identificación de calidad.

Un embutido que procede de las tradicionales matanzas que se realizan en los meses de invierno en los pueblos serranos del noroeste del Guadarrama y que se conserva en vasijas de barro, en



La ternera avileña cuenta con denominación de origen provisional desde 1988. Fotos JAVIER LUMBRERAS y LA GACETA DE SALAMANCA

la oscuridad de las bodegas, hasta la llegada del verano. Entonces se abren las ollas y se consumen durante la etapa de la recolección.

Los chorizos, a los que da nombre Cantimpalos, se comercializan desde principios de siglo con nombre propio y presentación específica y con la denominación alcanzarán, sin duda, nuevos mercados. La calidad, ya la tienen.

**Y la ternera, de Avila**

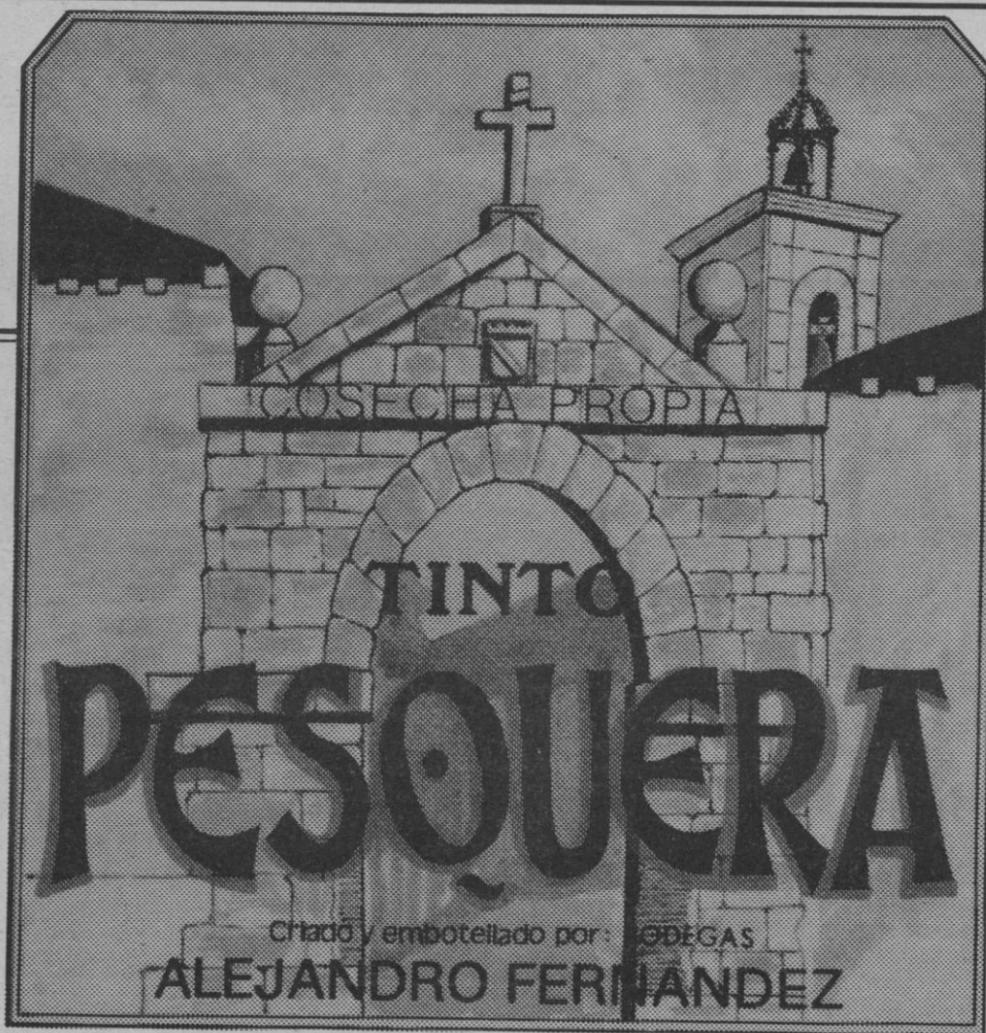
Otro producto que prestigia el sector cárnico regional, protegido también con la denominación de origen provisional desde 1988 y con fama en el mundo de la gastronomía, es la carne de avileño. En chuletón o troceada. Procede esta carne del ganado negro ibérico, transhumante como el ovino, que se alimenta de los pastos abundantes del Va-

lle Amblés o de la comarca de Piedrahíta, en Avila, aunque está extendido también por otras comunidades autónomas.

Carnes y embutidos que se presentan en el mercado con la absoluta garantía de origen y calidad y con grandes posibilidades de comercialización exterior. Identificados todos ellos por la denominación de origen o denominación específica y valorados por el consumidor. Los jamones

de reserva de Guijuelo, como los vinos, se clasifican por añadas, y cada pieza está firmada y numerada.

La ya próxima feria mundial del jamón, que coincidirá con la Feria Universal Ganadera de Salamanca del 92, servirá de escaparate definitivo para potenciar unos productos que por sí mismos tienen nombre propio entre los embutidos de reconocida calidad.



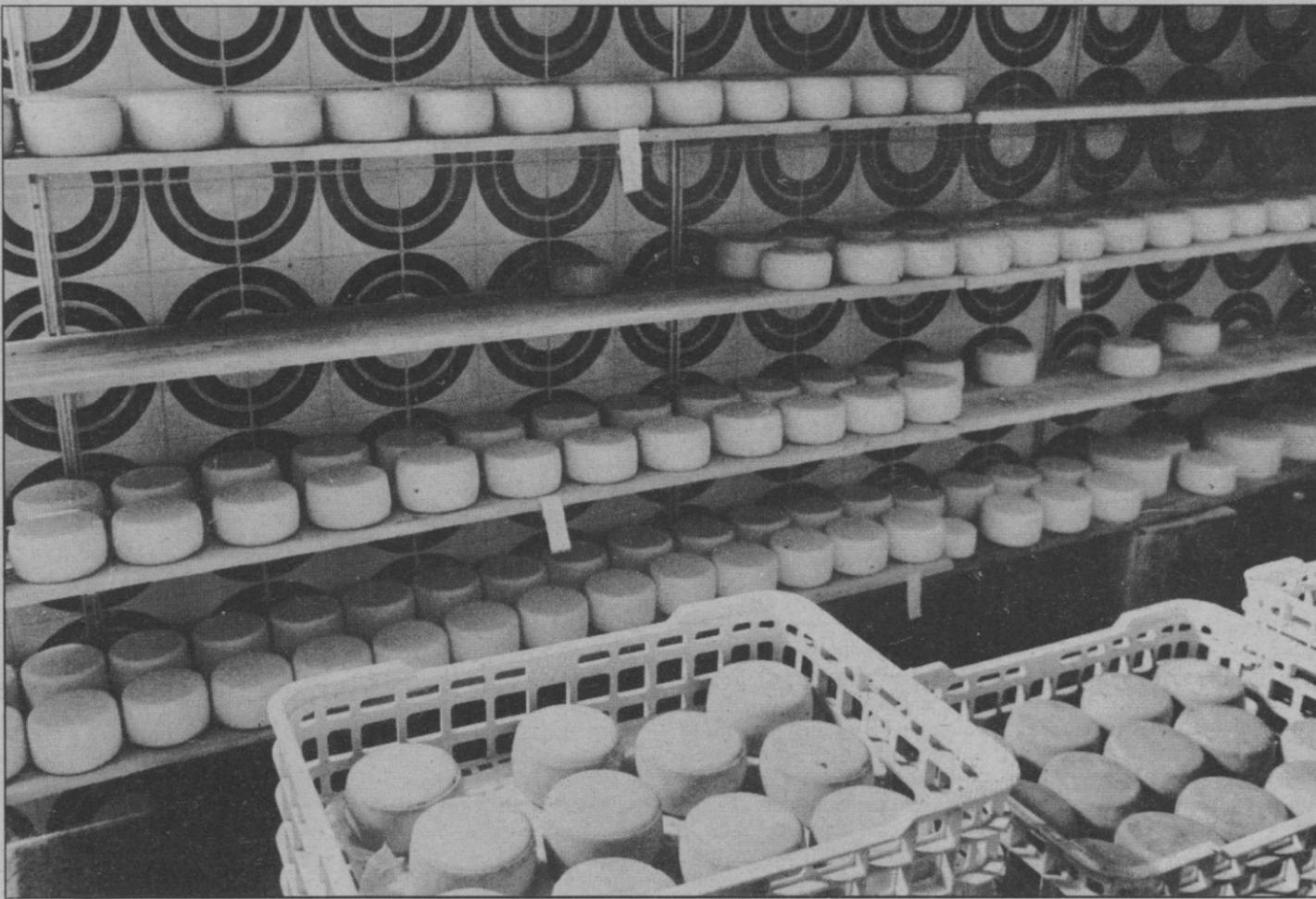
**PESQUERA DE DUERO (VALLADOLID)**  
**RIBERA DEL DUERO**  
Denominación de Origen

**EL RANKING MUNDIAL DE LOS TINTOS**

Estos son los resultados de las catas comparativas entre los mejores tintos del mundo, tal como aparecen en el libro de Robert Parker

Marca	Cosecha	Zona	Puntuación
Ch. Mouton Rothschild	1982	Pauillac	100
Château Petrus	1982	Pomerol	100
Tinto Pesquera Reserva	1982	Ribera Duero	95
Gran Coronas, Etiqueta Negra	1978	Penedés	92
Vega Sicilia Unico	1966	Ribera Duero	92
Gran Coronas, Etiqueta Negra	1981	Penedés	90
Tinto Pesquera	1983	Ribera Duero	90
Rioja Alta Reserva	1970	Rioja	90

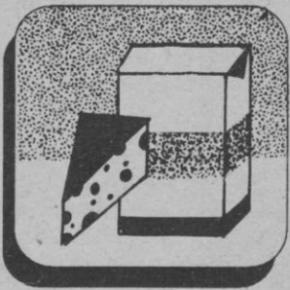
PUBLICIDAD



Tres de cada cuatro quesos comercializados con denominación «manchegos» se producirán en la región.

## El queso de la región busca un nombre propio

► Ganaderos e industriales quieren una denominación de origen



J. Bustamante

Castilla y León es una de las regiones del país que mayor cantidad y de mejor calidad de quesos ofrece en el mercado nacional. La falta de una identidad propia, la existencia de una importante industria muy dispersa, dependiente en muchas ocasiones de grandes multinacionales lácteas, y la búsqueda de una denominación específica para el queso producido en la región definen a esta industria, que aún no ha borrado sus lazos de unión con las técnicas de producción artesana.

Ganaderos e industriales reivindican desde hace años una denominación de origen específica de los quesos que se producen en Castilla y León, un sello de identidad y garantía a una producción caracterizada por una elevada calidad, así como por su gran variedad.

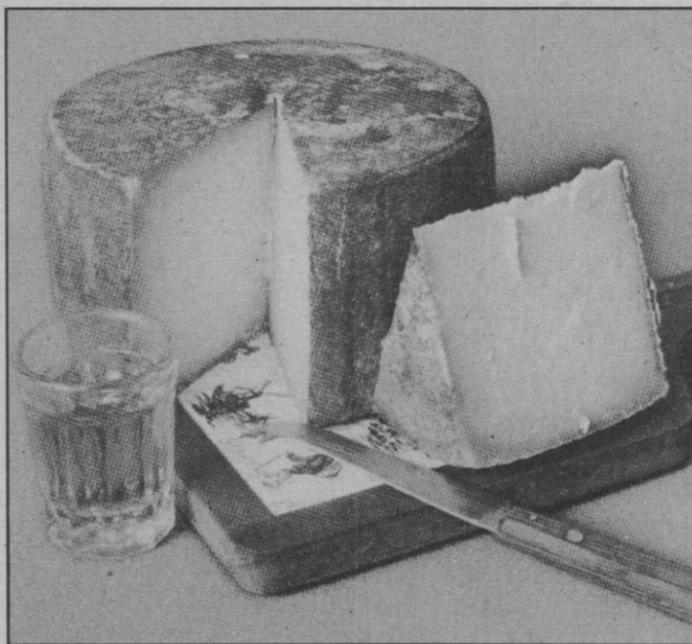
En Castilla y León se elabora en la actualidad el 35 por ciento de los quesos que se comercializan en el país y la producción es-

pecífica de queso puro de oveja supone el 85 por ciento del producido en España. En esta Comunidad autónoma también se produce el 50 por ciento de la leche de oveja que se comercializa en el mercado nacional.

Tres de cada cuatro quesos comercializados bajo la Denominación de Origen «manchego» se producen en esta región. «En realidad - afirman los queseros de Castilla y León- hemos sido nosotros los que hemos dado nombre al queso manchego cuando es producción nuestra».

En este sentido, la Federación de Queseros de Castilla y León presentó un recurso contencioso-administrativo en el Tribunal Supremo contra una resolución del Ministerio de Agricultura sobre la denominación de origen «manchego», que se resolvió en contra de las tesis mantenidas por los industriales queseros de la región. Los industriales de este sector quieren el reconocimiento de un trabajo que se realiza mayoritariamente en empresas de la región, con materia prima propia, y cuyos beneficios económicos e imagen de marca repercuten en otra comunidad.

La Consejería de Agricultura de la Junta de Castilla y León ha mostrado su apoyo a la denominación de origen «castellano», aunque algunas provincias, como es el caso de Zamora, reivindican una denominación propia por su especial peso industrial. Alrededor de una treintena de empresas trabajan en esta comunidad y la mayor parte cuenta con una elevada especialización propia. Zamora es la segunda productora de la región en que-



so de oveja de pasta mezclada.

### Subdenominaciones

«La Junta no se opone a que Zamora tenga una denominación de origen propia; probablemente salga adelante ya que el queso zamorano tiene nombre propio», afirma Pablo Landa, jefe del Servicio de Industria y Comercialización Agraria de la Consejería de Agricultura. Landa insinúa la posibilidad de la coexistencia de varias subdenominaciones de origen: por un lado, la denominación genérica «castellano», aplicable a los quesos producidos en la región y en segundo lugar la subdenominación «zamorano»; este último queso debería ser puro de oveja churra castellana. Algunas indus-

trias de Zamora han solicitado ya esta denominación e incluso exhiben ya el distintivo «zamorano» en el queso.

Según fuentes de la Consejería de Agricultura, cerca de 140 empresas de la Comunidad Autónoma producen alrededor de 1.700.000 litros cada ocho horas y emplean más de 350 millones de litros de leche. De esta cantidad, 202 millones corresponden a leche de vaca, 146 a leche de oveja y cinco millones corresponden a leche de cabra. Unas 45.000 toneladas métricas de este derivado lácteo se producen en la región anualmente.

Más de veinte variedades distintas de quesos, clasificados a partir del tipo de leche con el que se fabrican, se producen en la región. Los quesos frescos de

► En Castilla y León se elabora el 35 por ciento de los quesos que se comercializan en el país

Villalón (Valladolid), Burgos y Cincho (León), a partir de la leche de oveja, o los denominados maduros, el tradicional manchego y el de pasta azul; los de leche de vaca de León, de Oseja de Sajambre y de Barbadillo; los quesos de Avila, Soria, Valdetaja, Posada de Valdeón, estos últimos elaborados a partir de la leche de cabra, o el de Salamanca, confeccionado con mezcla de leche de oveja y cabra, son quizá las variedades más representativas que producen las más de cien industrias implantadas en la comunidad.

### Apoyo artesanal

La Junta de Castilla y León ha decidido apoyar la denominación de origen «castellano» y colabora con los ganaderos para conseguir la aplicación de técnicas en la producción de queso. «Existe una tendencia en todo el mundo al consumo de productos artesanales, por lo que sería conveniente una reglamentación de las artesanías alimentarias», afirma Landa, partidario de que los propios ganaderos fabricasen el queso en su propia casa, aunque es consciente de que los ganaderos han perdido su vocación artesanal.

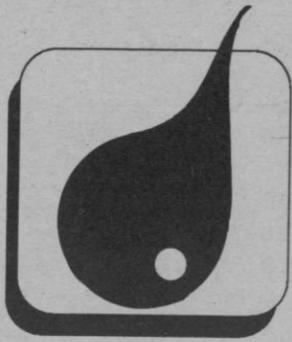
«Estamos dispuestos a subvencionar de modo muy especial a las pequeñas ganaderías artesanales», añade este portavoz de la Consejería de Agricultura. La propia reglamentación sanitaria, igual de estricta para cualquier instalación independientemente del volumen de producción que tenga, dificulta la aplicación de

► Las industrias quieren el reconocimiento de un trabajo que se realiza en la región y cuyos beneficios e imagen de marca repercuten en otra Comunidad

técnicas artesanales. Esta circunstancia va acompañada de la oposición que en muchas ocasiones muestran los propios industriales a la puesta en marcha de las técnicas artesanales.

Este apoyo de la Administración regional a la industria quesera se ha concretado en colaboraciones de la Estación Lactológica de Castilla y León, dependiente de la Junta. En su primer año de vida, esta estación ha realizado pruebas para la fabricación de quesos de pasta prensada tipo manchego con leche cruda, pasteurizada y con diferentes clases de cuajos.

También ha experimentado con queso para untar y con queso fresco «Villalón»; además han prestado a los ganaderos cubas de acero inoxidable para la producción del cuajo. Este apoyo a la industria se completa con las tesis doctorales elaboradas en la Facultad de Veterinaria de la Universidad de León sobre el queso de Villalón (Valladolid), sobre el queso manchego de Castilla y León o sobre el queso de Posada de Valdeón.



Sólo tres meses después de que la multinacional italiana **Ferruzzi** retirase su oferta pública de adquisición sobre la totalidad de **Elosúa** a cambio de alcanzar una participación del 24,9 por ciento, la batalla por el control de la empresa aceitera ha vuelto a producirse. Entidades como la **Corporación Banesto** estarían interesadas en alcanzar el control. Otras, como **Tabacalera**, **BBV** o **Ebro Agrícolas** pretenden adquirir el 14 por ciento de Consejeros Empresariales de Marcelino Elosúa y el 10 por ciento del **Banco Pastor** los paquetes accionariales que se han puesto en disposición de vender.

# Aceite hirviendo

► La Administración española asegura que Elosúa no pasará a manos extranjeras

## Comunicaciones Agrarias

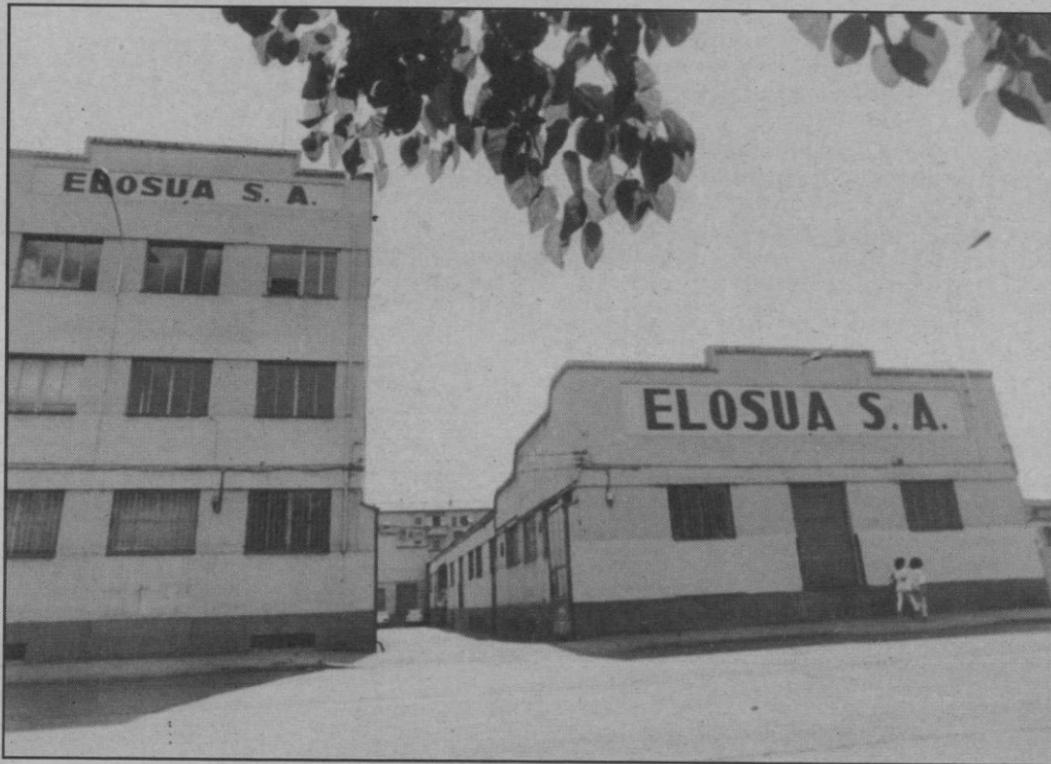
La Administración sigue asegurando que "en ningún caso" pasará a manos extranjeras una empresa como Elosúa, puntera en un sector estratégico como el del aceite de oliva, y detentadora de **Carbonell**, calificada como la "joya de la Corona" por el secretario general de Alimentación, Fernando Méndez.

**Tabacalera**, que optaría a un porcentaje sobre ese 24 por ciento, rompería con esa acción su manifestado deseo de desprenderse de las firmas alimentarias y desmiente lo afirmado por Germán Calvillo en el sentido de que la estrategia de la empresa pública se centraría en el negocio tabaquero. En todo caso, esa presencia podría ser temporal y para salir al paso hasta que se encuentre algún otro comprador.

En cuanto a **Ebro-Agrícolas**, se desconocen sus intenciones y en cualquier caso sería la primera experiencia de esta firma, principalmente azucarera, en el sector aceitero y las negociaciones con la **Corporación Banesto** parecen haber quedado en punto muerto, dado que esta entidad aspira a alcanzar el control de la mayoría de las acciones del grupo sindicado, algo a lo que el Ministerio de Agricultura no parece dispuesto por el momento.

Por su parte, el **Banco Bilbao-Vizcaya**, avalista de **Koipe Ferruzzi** en la operación sobre la OPA a **Elosúa** no parece estar interesado en llegar a alcanzar el control (habría manifestado que sus objetivos no van más allá del 15 por ciento del accionariado), aunque no parece fácil tampoco, porque sería hacer camino para la ampliación de la presencia de la multinacional italiana, que ya tiene el 24,9 por ciento del capital.

Sin embargo, ha venido aumentando en las últimas sema-



Elosúa se mantiene como empresa puntera en el sector aceitero.

nas su participación en **Elosúa**, desde el cinco por ciento que tenía hasta el nueve por ciento, mediante el procedimiento de adquirir las acciones a la venta en Bolsa.

### Sector estratégico

El ministro de Agricultura, Pedro Solbes, ha venido afirmando desde el inicio de la legislatura que el Estado no se considera el mejor gestor para este tipo de empresas y ha apoyado en general el paso de la iniciativa pública a la privada, siempre considerando que los sectores llamados estratégicos para el conjunto de la economía nacional quedarán

en manos privadas españolas y se garantizará su rentabilidad.

También se ha manifestado en este sentido el secretario general de Alimentación, Fernando Méndez, quien ha asegurado que la actuación de la Administración en torno a Elosúa se basará en todo caso en tres premisas: mayoría española, gestión española y presencia de la Administración, todo ello con el fin de garantizar los movimientos y actuaciones en un sector estratégico como el del aceite de oliva.

No se venderá en ningún caso ni a **Ferruzzi** ni a **Unilever**, sobre todo teniendo en cuenta que **Elosúa** es detentadora de la "joya de la corona" en este sec-

► *Solbes considera que los sectores estratégicos para la economía nacional deben quedar en manos privadas españolas*

tor: **Carbonell**. Esto ha supuesto poner un freno a que iniciativas foráneas controlen empresas en manos públicas en su paso al sector privado, sobre todo aquellas que pudieran considerarse vitales para la existencia futura de

determinados subsectores de producción en España, como el aceitero o el lácteo.

### Participación del Estado

Esta idea defendida desde Agricultura no supone, sin embargo, tal y como han señalado fuentes cercanas al MAPA, que este ministerio no tenga previsto en un plazo más o menos determinado disminuir hasta el mínimo su participación en el sector agroalimentario, en idéntica dirección con las tesis que se mantienen desde Economía, aunque se haría de una forma gradual y siempre dañando en la menor medida posible los intereses de productores y entidades de capital privado nacional.

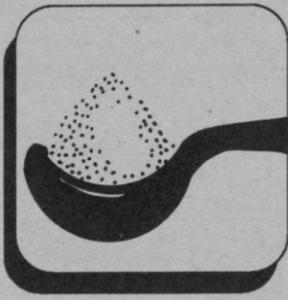
Esta hipótesis supone que cualquier institución privada española que se haga con el paquete que ha puesto en venta el **Banco Pastor** tiene importantes posibilidades futuras de incrementar la participación en **Elosúa**, si tanto el Patrimonio como el FORPPA deciden poner en venta sus propias acciones en la empresa aceitera española.

Mientras tanto, ninguno de los 11.000 millones de pesetas en que se valora el 51 por ciento de las acciones del grupo sindicado en **Elosúa** han cambiado de dueño. Se mantiene clara la intención del MAPA para que **Koipe Ferruzzi** tampoco incremente su participación actual del 24,9 por ciento.

En el plano externo, la «marejada» dentro de **Elosúa** y la incertidumbre sobre los próximos acontecimientos no parece haber tenido importantes repercusiones sobre los resultados de la cotización bursátil de la entidad, ya que el balance global arroja una ganancia del 35,8 por ciento desde el mes de junio. La compañía aceitera espera alcanzar este año un nivel de beneficios superiores a los 5.600 millones de pesetas y un beneficio de explotación en torno a los 3.000 millones.

El Bierzo  y su Vino

¿Aún no los Conoce?



En los últimos días del mes de septiembre comenzaban las conversaciones entre representantes del Ministerio de Agricultura, organizaciones agrarias e industrias azucareras para alcanzar una postura común ante la reconversión que debe afrontar el sector, en su doble faceta productora e industrial. Entre tanto, los grandes grupos azucareros ya han anunciado su propio plan de reestructuración que implicará el cierre de cinco fábricas.

# Azucareras, la amarga reconversión

► Las plantas de León y Aranda figuran entre las candidatas al cierre

Mabel G. Bustelo

Todos los interlocutores han acogido favorablemente, en principio, las líneas generales del plan de adaptación y mejora del sector remolachero-cañero-azucarero, elaborado por el Ministerio de Agricultura. En este documento se perfilan las líneas básicas en las que debe moverse el sector si quiere lograr unas condiciones de competitividad que permitan su supervivencia en el seno del Mercado Único europeo.

En suma, incrementar el rendimiento de las explotaciones -se habla del 15 ó 20 por ciento en los próximos cinco años- y disminuir los costes de producción de remolacha -un 10 por ciento en el mismo periodo-, así como racionalizar la producción de azúcar adecuando la capacidad productiva de las fábricas a las exigencias del mercado, algo que no ocurre en varias arcaicas factorías españolas. Todo ello con la perspectiva de la aproximación al nivel comunitario, que ha comenzado este año y continuará en los siguientes.

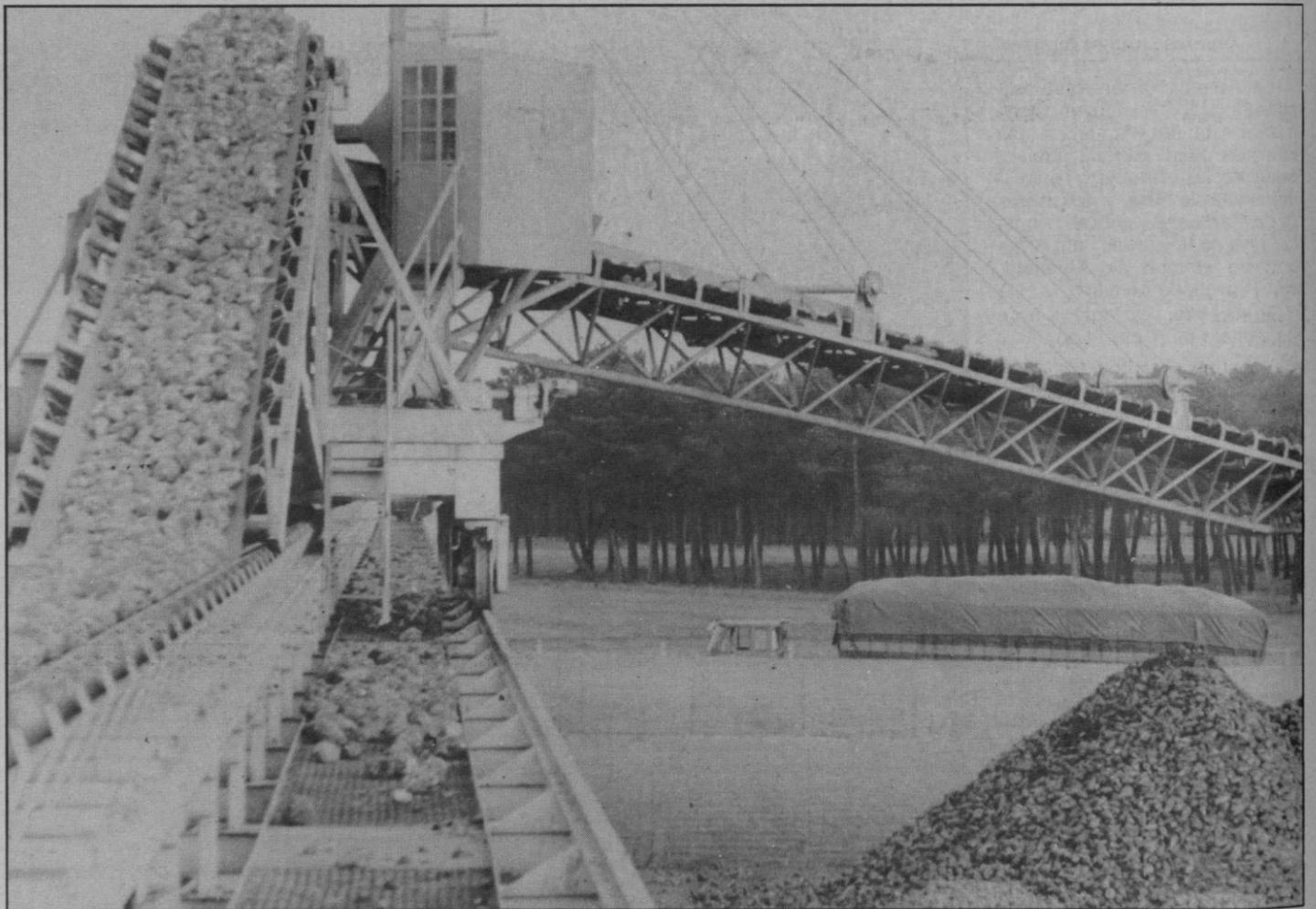
Para alcanzar estos objetivos, el MAPA plantea en su primer documento una serie de puntos tales como la implantación al 100 por cien de semilla monogermen, abandono de tierras poco aptas y utilización en cantidad adecuada de semillas y abonos; racionalización del consumo de agua y energía, mecanización integral, potenciación de la adquisición de opciones de contratación a explotaciones inviables y redistribución entre otras viables.

También se trata de reducir los costes de producción de azúcar y mejorar su calidad, para lo cual "habrá que adecuar las instalaciones", según formula el documento. No se menciona abiertamente, sin embargo, ningún caso de fábrica que vaya a ser clausurada.

## ¿Quién pone el dinero?

Los interlocutores asistentes a la reunión con el Ministerio de Agricultura han valorado el plan de forma positiva y comunicarán en los próximos días sus aportaciones al mismo, aunque siempre pendientes, señalan, de una mayor concreción de las disponibilidades presupuestarias existentes para llevarlo a cabo. El MAPA asegura que existen suficientes recursos financieros que procederán tanto de manos privadas como de las administraciones comunitaria y central.

Parace que la Delegación Española en Bruselas está presionando precisamente para obte-



El MAPA destinará 1.000 millones de pesetas a la reestructuración del sector remolachero. Foto LUMBRERAS

ner recursos comunitarios y llevar a cabo este plan. Sin embargo, las primeras cifras conocidas no son muy esperanzadoras y los Presupuestos Generales del Estado para el año próximo incluye en Agricultura una partida destinada a la reestructuración del sector remolachero de únicamente 1.000 millones de pesetas. Esto, cuando se había barajado una cifra necesaria de unos 40.000 millones para los próximos cinco años, 16.000 con fi-

► *La Administración habla de adecuar las instalaciones fabriles para racionalizar la producción de azúcar*

nanciación de las administraciones central y comunitaria, y más de 23.000 para el sector productor.

El documento elaborado por la Administración habla de la adecuación de las instalaciones fabriles para racionalizar la producción de azúcar. En este momento, la media de capacidad de mouturación de las fábricas españolas se sitúa en 4.000 toneladas diarias, un 60 por ciento de la ca-

pacidad media comunitaria. El coste medio de producción, por otra parte, es el 117 por ciento de la media comunitaria, situación escasamente competitiva que se debe a la tecnología y maquinaria antiguas en determinadas instalaciones.

Otro factor que señala el informe es la competencia entre las distintas empresas, que ha favorecido la ubicación de industrias en zonas con insuficiente capacidad de cultivo, estableciéndose fábricas pequeñas y a veces escasamente utilizadas.

## Cierre y desaparición

La necesidad de incrementar la productividad ha llevado a las industrias azucareras **Ebro** y **Sociedad General Azucarera** a elaborar su propio plan de reestructuración que contempla el cierre de Azucarera El Carpio (Córdoba), Santa Elvira (León), Garrovilla (Badajoz), Aranda de Duero (Burgos) y las instalaciones de la Sociedad General Azucarera en Vitoria.

La publicación de esta decisión industrial ha provocado reacciones que sin duda se intensificarán entre todos los sectores implicados: por un lado, organizaciones agrarias que exigen el

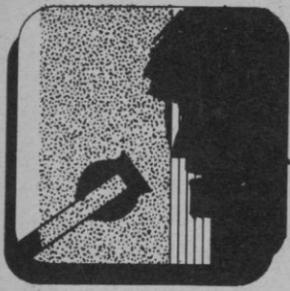
respeto a los derechos históricos de los cultivadores y señalan que el cierre de una fábrica siempre ha supuesto, hasta ahora, la desaparición del cultivo de una zona, con las consecuencias socioeconómicas que trae aparejado este fenómeno. De otro, UGT ha exigido una negociación global para todas las empresas implicadas en este proceso, y tanto esta central sindical como CC.OO. han anunciado que no admitirán despidos entre el personal contratado en las fábricas.

► *Las organizaciones agrarias señalan que el cierre de una fábrica siempre ha supuesto la desaparición del cultivo remolachero de la zona*

Las repercusiones que tendría el cierre de determinadas fábricas y centros de recepción alcanzan en Castilla y León, tanto a las magnitudes económicas como a la dimensión social, ya que se produciría en áreas que tienen escasa posibilidades de

acogerse a otros cultivos alternativos. En este sentido, y aunque la experiencia muestra que en épocas pasadas el cierre de una fábrica ha sido equivalente a la desaparición del cultivo, fuentes de los productores han aventurado la posibilidad de que en esta ocasión no suceda lo mismo, dado que las industrias no alcanzan todavía la cuota de producción asignada a España (1 millón de toneladas de azúcar al año), y no pueden permitirse una reducción mayor.

Según esta teoría, las industrias deberían establecer un sistema para compensar los gastos de transporte a aquellos cultivadores cuyos centros más cercanos fuesen clausurados, o incluso crear empresas de servicios para el arranque y el transporte de la remolacha a las instalaciones industriales. Otras voces dentro del sector señalan que estas condiciones pueden ser aplicables dentro de determinado radio de distancia, pero que el transporte se encarecerá demasiado para los que queden fuera de él, con lo que quedarán relegados a la falta de rentabilidad y en último término a la desaparición.



Conscientes, quizás, de que la entrada en vigor del Mercado Unico en 1993 y la anunciada reforma de la Política Agraria Común (PAC) son los grandes retos para el campo de Castilla y León, los responsables del Gobierno regional han concedido un «trato de favor» a la Consejería de Agricultura en su asignación presupuestaria. El sector agroalimentario va a ser, según el titular de este departamento, Isaías García Monge, una de las prioridades de su gestión, con especial incidencia en los productos transformados y líneas de ayudas especiales para la artesanía. Para García Monge, la necesidad de diferenciar los productos castellano-leoneses y de conseguir un alto nivel de calidad son las dos mejores armas para luchar en Europa.

## “El sector agroalimentario es una de nuestras prioridades”

► El consejero de Agricultura cree que la crisis no ha afectado a los productos de la región

ICAL

—¿De qué manera va a fomentar la Junta el sector agroalimentario?

—Vamos a continuar con las mismas líneas de ayudas que se han venido aplicando hasta ahora y que han dado muy buenos resultados. Los presupuestos de la Junta para 1992 hacen especial incidencia en la Consejería de Agricultura que ve aumentadas sus partidas en un 25 por ciento, lo que supone pasar de unos 23.000 millones de pesetas a 34.000, por encima del incremento del resto de las consejerías, que está en torno al 15 por ciento. Este trato de favor a esta consejería evidencia la importancia que le quiere dar el Gobierno regional a la agricultura y ganadería.

—¿Y cuánto se dedica al sector agroalimentario?

—En este sector, las partidas previstas sobrepasan los 2.400 millones de pesetas, y es quizás uno de los ejes prioritarios de esta consejería, junto con la sanidad ganadera y las estructuras agrarias. Vamos a continuar con importantes subvenciones al sector y a todas aquellas empresas que ofrezcan viabilidad, aunque siempre potenciando la iniciativa privada”.

—El Ministerio de Agricultura ha anunciado que creará una sociedad para promocionar los productos alimentarios españoles. ¿Se ha planteado esta posibilidad en Castilla y León?

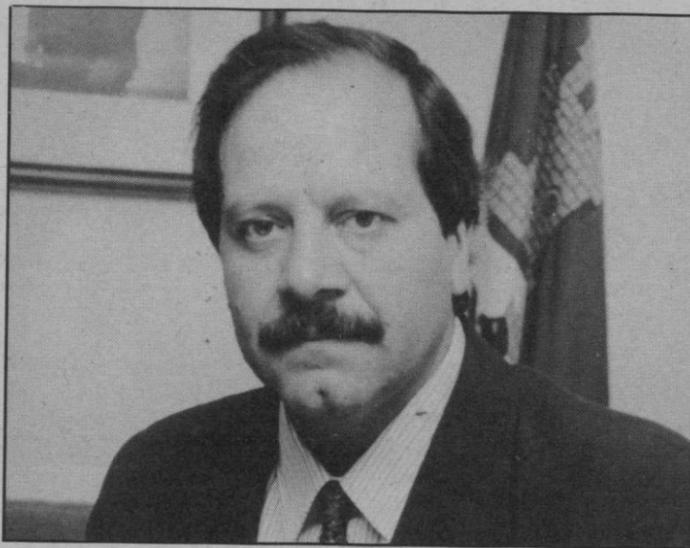
—Por ahora no, aunque no lo descartamos en el futuro. Pensamos que la campaña publicitaria llevada a cabo hasta ahora ha dado resultados satisfactorios y por eso la consejería tiene previsto poner en marcha en breve la segunda fase de esta campaña de promoción de los alimentos tradicionales de Castilla y León, para la que se destinarán 45 millones de pesetas.

—¿Son las denominaciones de origen la clave para promocionar los productos de la región?

—No son el único instrumento para conseguir este objetivo, aunque indudablemente tenemos que hacer valer las seis denominaciones de origen que tenemos, lo que nos permite contrastar la calidad de los productos de Castilla y León y diferenciarlos de otros, ya que la denominación es un instrumento diferenciador de otro producto similar. Desde esta consejería vamos a intentar potenciar nuevas denominaciones de origen, aunque tenemos la limitación de ser la única Comunidad autónoma que no tiene competencias en esta materia.

—¿Se intenta fomentar especialmente algún producto concreto?

—De forma genérica pretendemos conceder mayor apoyo a los productos transformados y no a los primarios. Debemos conseguir que el valor añadido de estos productos se quede en la Comunidad y no se vaya a otras re-



Isaías García Monge, consejero de Agricultura.

giones como ha ocurrido tradicionalmente. Castilla y León es una gran productora de productos primarios pero no ha conseguido hasta ahora un sector transformador como ha ocurrido en otras zonas.

—¿Qué tipo de productos tienen mayor viabilidad?

—Sobre todo los vinos, que tienen ya un reconocimiento considerable no sólo en España sino también en Europa. Con cinco denominaciones de origen declaradas es un producto que tiene garantizado su futuro, aunque también los quesos de la región tienen un gran prestigio.

—Pequeño productor artesanal o grandes grupos industria-

les. ¿Por qué modelo apuesta?

—Evidentemente el mercado internacional apuesta por los grandes grupos y es muy probable que también aquí puedan tener mayores posibilidades este tipo de empresas. Sin embargo, no podemos olvidar al pequeño productor artesano que ofrece sobre todo una calidad diferenciada que no es capaz de dar el gran grupo. La artesanía va a tener un fuerte apoyo por parte de esta consejería que se concretará en una línea especial de ayudas a este tipo de productos, aunque hay que insistir en la necesidad de ofrecer una calidad suficiente que nos permita ser competitivos.

—¿Se ha contagiado el sector agroalimentario castellano-leonés del descenso general de las exportaciones españolas?

—Yo creo que la crisis no ha afectado a los productos de la región, al menos por lo que se refiere a las ventas en el mercado interior que están ofreciendo resultados notables. Hay que tener en cuenta que nuestros productos están perfectamente diferenciados, lo que les hace menos vulnerables a la competencia, y tienen una buena distribución.

—¿Van a poder hacer frente los productos de la región al Mercado Unico?

—Yo creo que sí, siempre que consigamos mantener un nivel de calidad alto en nuestros productos tradicionales. Será importante también conseguir una reducción en los costes de producción y la oferta de precios competitivos, aunque lo fundamental es conseguir dar una imagen de calidad.

—La reforma de la PAC va a afectar sobre todo a productos como los cereales y la carne de vacuno, de vital importancia en el sector alimentario de la región.

—Sí, aunque quizás el propio sector agroalimentario pueda convertirse en una alternativa para aquellos agricultores que se vean obligados a abandonar los cultivos o parte de ellos, de tal manera que la producción alimentaria pueda convertirse en una actividad paralela. No en vano, una de las facetas fundamentales de los agricultores es la de ser productores de alimentos.

## ESTAMOS EN LA FERIA...

...Al servicio de las firmas expositoras y de cuantas personas quieran visitarnos.

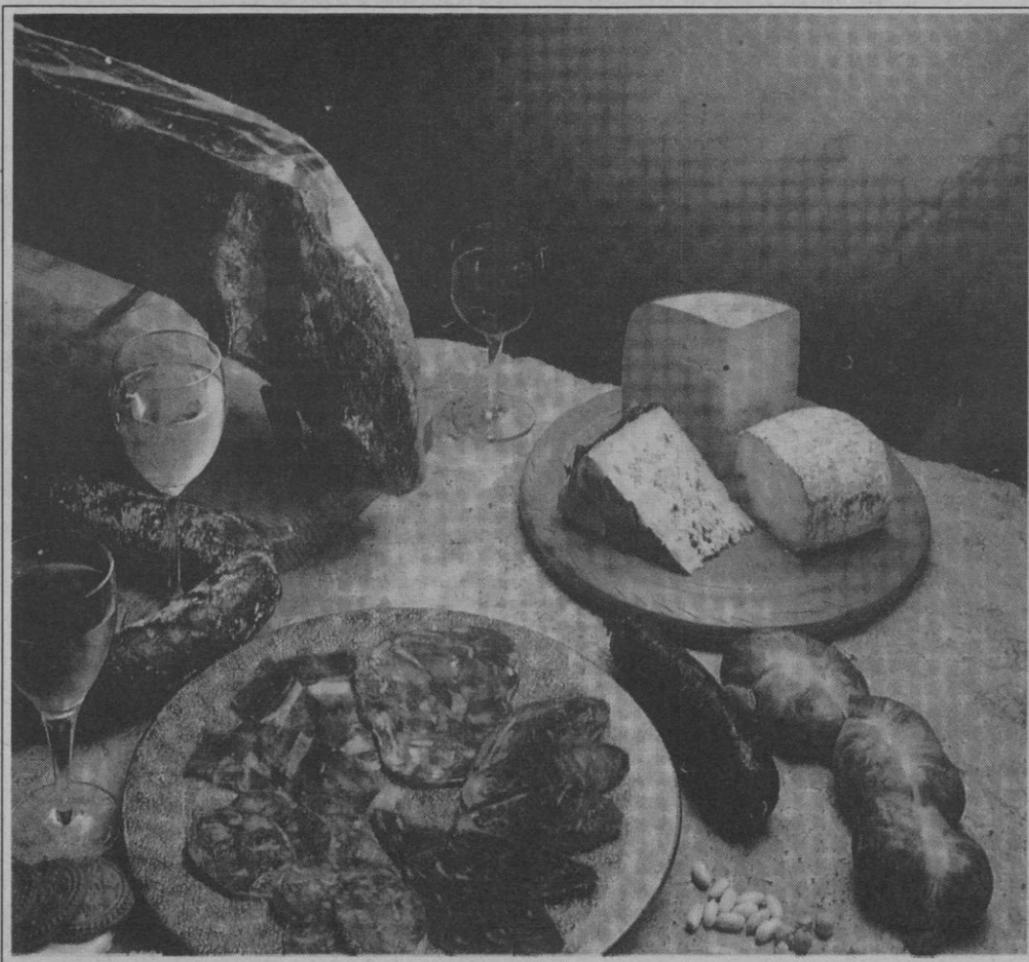
*¡Visite nuestro stand!*

**BANCO DE CASTILLA** 

UNICO BANCO REGIONAL DE CASTILLA Y LEON

# Pecado.

La tentación  
viene de Castilla  
y León.  
Seduciones  
cultivadas  
sin prisa  
y favorecidas  
por el clima:  
Judías del Barco  
de Avila.  
Manjares  
terrenales que  
son una  
provocación.  
Lomo Ibérico,



Un mordisquito  
de queso  
de oveja muy  
curado:  
¡Imposible decir  
que no!  
Y para pecados  
originales,  
los vinos de  
Castilla y León.  
De Rueda,  
de Cigales,  
de Toro,  
del Bierzo  
y de la Ribera

chorizo de Cantimpalos, jamón curado de  
Guijuelo... los placeres de la carne.  
Y qué quesos. Frescos, curados. De Valdeón, de  
Villalón, el de cabra del Tiétar...

del Duero. Para todos los gustos.  
Son tentaciones con denominación de origen.  
Si los pruebas te rindes a sus encantos.  
Pero es que hay pecados... que son naturales.

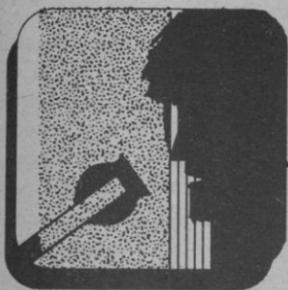


Junta de  
Castilla y León

Consejería de Agricultura y Ganadería

# El MAPA quiere un cambio de la cultura empresarial

► El Ministerio de Agricultura creará un organismo de fomento de las exportaciones



Comunicaciones Agrarias

El Ministerio de Agricultura está estudiando la creación de un organismo de fomento de las exportaciones del sector agroalimentario, según ha declarado el secretario general de Alimentación, Fernando Méndez, para quien el modelo de promoción formado por el Instituto de Comercio Exterior (ICEX) y Alimentos de España "es un instrumento agotado". El nuevo sistema debe ser sustituido, a su entender, por una sociedad de promoción de estilo comercial, participada mayoritariamente por el sector privado.

Esta sociedad realizaría actuaciones en un doble sentido: por un lado la protección de la producción española en el mercado interior, y por otro el desarrollo de las exportaciones. Todo ello impulsado por la iniciativa privada, ya que según el criterio imperante en el actual equipo ministerial, el papel de las Administraciones debe ser el fomento de iniciativas, pero en ningún caso su sustitución por la actividad pública.

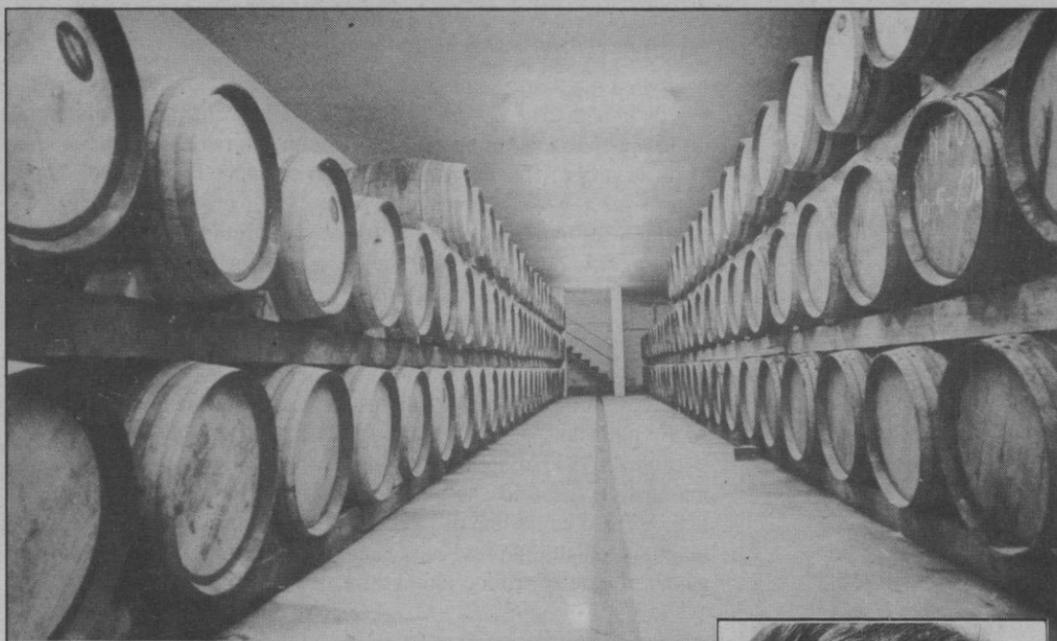
Fernando Méndez señaló como ejemplos en este sentido el Consorcio del Jamón o el del

Queso Ibérico, y ha manifestado el apoyo de la Administración a cualquier iniciativa en este sentido. "No se puede seguir considerando -ha manifestado- que el sector público es progresista y el privado reaccionario; hoy en el sector alimentario español hay una iniciativa privada tan amplia que no es necesario un sector público potente, si no es para actuar como locomotora, como instrumento de fomento de la iniciativa privada".

## Atomización

La industria agroalimentaria española está caracterizada por un alto grado de atomización, salvo en casos de grupos industriales muy determinados, y hay que procurar "un cambio de cultura empresarial, para ir a menos unidades de producción y más amplias, prestando más atención al diseño y la marca de los productos". El ejemplo, para Fernando Méndez, de lo que hoy en día no se puede hacer para lograr una expansión en el mercado, son "los quesos de dos kilos y medio, que en España se siguen fabricando", porque eso "supone casi un granel, y hoy la gente compra productos muy identificados y que le atraigan, no graneles".

Este dato se ponía de manifiesto en el informe «El consumo alimentario en 1990», elaborado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, que refleja un incremento en el consumo de productos con mejor imagen y prestigio, y mayor precio. El Ministerio pretende orientar la producción en ese sentido, tanto



Las bodegas, grandes exportadoras. A la derecha, Fernando Méndez

para los productos que ya son competitivos como, aún en mayor medida, para los que no lo son.

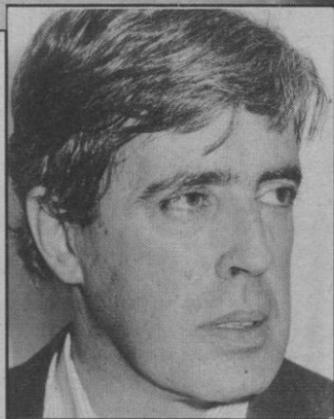
## Sectores estratégicos

Para el secretario general de Alimentación, puede considerarse que tienen una situación y evolución positiva productos como los cítricos -tanto frescos como derivados-, el aceite, principalmente el de oliva, y el sector cárnico, cuya balanza de intercambios con el exterior es claramente favorable. Sectores a los que puede dárseles la consideración de «estratégicos» dentro del sector agroalimentario y del con-

junto de la economía española.

En cuanto a la presencia de capital español en las empresas punteras dentro de esos sectores estratégicos, señaló que es deseable, efectivamente, que sean empresas españolas y con capital español, "pero para ello tienen que querer los ciudadanos que sea así". En este sentido, señaló las reticencias de los empresarios españoles a la compra de Lactaria Española, S.A., (LESA) lo que hizo que finalmente un 50 por ciento de su capital fuese vendido por Tabacalera a la francesa Unión Laitière Normande.

"Nosotros, con la legislación y la Constitución vigentes, no podemos obligar a nadie a vender



su empresa a españoles, aunque nos gustaría que la venta se realizase así, y tampoco podemos obligar a españoles a comprar una empresa; de forma que si los empresarios no quieren hacerlo, es imposible que nosotros lo consigamos", concluyó Méndez.

## La distribución comercial, objetivo de Mercasa

J. R. Mendoza

La distribución es un sector tremendamente importante en un país de economía industrial avanzada; genera una parte importante del producto interior bruto y está demostrando una capacidad de adaptación a las nuevas tecnologías que no se sospechaba, según Julián Arévalo, presidente de la empresa pública Mercasa.

—¿En qué va a consistir la nueva etapa de Mercasa?

—Consiste en centrarse en la oferta de suelo comercial mayorista, los Mercas o suelo comercial detallista, los diferentes centros comerciales que esta empresa ha venido promoviendo por toda España. Eso que constituyó las actividades típicas, tradicionales de la empresa, es en lo que se va a reincidir de manera intensa a partir de ahora y, por lo tanto, un corolario evidente es que aquellas actividades atípicas en relación con este objeto comercial, no constituyen una inversión estratégica a largo plazo.

—¿Significa que Mercasa se va a desprender de su participación en Elosúa?

—Lógicamente hay empresas que no tendrán en el futuro cabida dentro del holding Mercasa, lo que no quiere decir que esta línea de trabajo general no tenga en el tiempo algunas excepciones.

—¿Cuáles son las principales actividades de Mercasa en Castilla y León?

—En esta región tenemos mercados centrales, uno en funcionamiento, MercaSalamanca que fue el primero de la red, otro en construcción que es MercaLeón y disponemos de centros comerciales, propiedad o gestionados por esta empresa en bastantes puntos de esta Comuni-



Julián Arévalo, presidente de Mercasa.

dad, como Valladolid, Ponferrada, Salamanca, y nos gustaría seguir incidiendo en el suelo comercial de esta región.

—¿Hay más proyectos?

—De manera inmediata, no parece que se den las condiciones de población adecuadas en ningún otro punto de la Meseta norte, si exceptuamos Valladolid, para que se pueda establecer un mercado central y, en el caso de esta ciudad, hay que tener en cuenta que ya existe un

mercado central, aunque no es de la red Mercasa.

—Algún medio de comunicación ha dicho que Mercasa bajará el IPC.

—Esto es una barbaridad, puesto que si Mercasa ni compra ni vende productos, evidentemente poco puede influir sobre el IPC. Lo que sí puede hacer esta empresa es contribuir, mediante el fomento de la competencia que se deriva del incremento de la oferta de suelo comercial; crear unas mejores condiciones para que el consumidor se lleve una mayor parte del excedente económico que existe en el proceso de distribución en forma de menor precio. Puede crear esas condiciones, ahora bien, eso no quiere decir que Mercasa vaya a bajar los precios.

—¿Hay que crear las condiciones para evitar el corporativismo que se ha dado en determinados estamentos de mayoristas?

—El corporativismo no es excepción de ningún estamento económico en particular, sino que casi es consustancial con la organización humana y con el concepto de juntarse para la defensa de intereses comunes. No tiene por qué ser inevitablemente malo; al revés, para entenderse con colectivos tienes que hablar con corporaciones ya se trate de colegios profesionales, asociaciones gremiales, sindicatos o patronales. Son corporaciones y como interlocutores las necesitas, son inevitables, necesarias e incluso, diría, indispensables.

—Pero se dice que el sector de la distribución es una partida perdida al estar la mayor parte en manos de empresas extranjeras.

—Este no es un fenómeno exclusivo, ni de España, ni de la distribución sino que se puede extrapolar al resto de los países y de los sectores: la automoción, la industria alimentaria. Ello nos lleva a reflexionar sobre la función que cumple el capital multinacional del que yo no creo que haya tenido una función negativa en el desarrollo económico de este país o esta región; al contrario, ha tenido un efecto positivo.

# El sistema agroalimentario

JOSÉ RAMÓN MENDOZA

Director de Comunicaciones Agrarias

EL desarrollo económico ha conformado una agricultura cada vez más dependiente del resto de los subsectores que componen el sistema agroalimentario, tanto de aquellos que abastecen de los medios de producción o financieros necesarios para el propio desarrollo de la actividad, como de los que utilizan los productos agrarios como materia prima de su actividad productiva: las industrias alimentarias y las cadenas de distribución.

Hoy en día, la realidad nos está diciendo que la importancia relativa de la actividad agraria en el conjunto del sistema agroalimentario se encuentra en un proceso de disminución paralelo al incremento de la proporción de valor agregado en actividades como las de transformación de productos agrícolas, hasta el punto de que muchos autores han dejado ya de hablar -en términos económicos- de sector agrario para hacerlo de ese concepto mucho más amplio y real que es el sistema agroalimentario.

Si a este hecho le sumamos el aumento de los costes de los medios de producción y de los servicios externos a la propia explotación, por otra parte absolutamente imprescindibles para la propia actividad agrícola y ganadera, observaremos que esta última ha sido absorbida hasta formar parte de lo que algunos autores han definido como una estrategia de acumulación del capital agroalimentario. Esto ha provocado cambios importantes en la propia organización de la producción agraria.

La integración del sector agrario en el conjunto del sistema otorga a las industrias, sobre todo a las de transformación y de distribución, un creciente control sobre las formas de producción agraria y, por lo tanto, sobre los propios agricultores y ganaderos que han perdido en favor del complejo agroalimentario gran parte de su capacidad individual de decisión.

Este control de la parte industrial sobre la agraria puede llegar a incluir las formas de producción propiamente dichas, pero afecta, de manera particularmente importante, a las condiciones de oferta de los productos agrarios a la industria, tanto en lo que hace referencia a los precios, modalidades de suministro, y calidad de los productos ofertados, como en lo relativo a las calidades y especificaciones más adecuadas para el proceso de transformación, teniendo en cuenta que calidad de producto agrario como tal y calidad idónea para la transformación no tienen por qué ser términos que necesariamente tengan el mismo significado.

La nueva situación de la agricultura, que coloca a ésta no como un sector económico en sí mismo, sino como una parte y no la más importante -hablando en términos económicos y de perspectiva de futuro-, de un sector mucho más amplio, complejo y poderoso, hace necesario redefinir la actividad agrícola en sí misma y, asimismo, está obligando a las fuerzas sociales del sector a plantearse las directrices que deben guiar las relaciones entre agricultores e industrias agroalimentarias.

## Campo y corrales

JAVIER PÉREZ ANDRÉS

Jefe de Prensa del III Salón Alimentaria

Las ferias y exposiciones provocan en la economía la resonancia necesaria para la divulgación y acercamiento de los artículos producidos por las empresas en el engranaje comercial y al público en general.

Debido al crecimiento de los distintos sectores, en ocasiones algunos de ellos se independizan, creando su propio salón. Es el caso de la Alimentaria de Castilla y León, debido a las características socio-económicas de esta autonomía.

Nuestras materias primas —harinas, remolachas, uvas, carnes, lácteos...— pueden continuar su proceso de transformación dentro de nuestra autonomía. A decir de los técnicos y especialistas, disponemos de los mejores trigos, buena calidad de azúcar y excelentes uvas aclimatadas a microclimas especiales, que hacen de ellas, en la posterior elaboración, un alarde enológico. El sector cárnico dispara sus precios día a día, al ser productos con clara vocación castellano-leonesa y gran aceptación en el mercado exterior. Quesos y derivados lácteos abren un enorme abanico de posibilidades, debido a su rica multiplicidad.

Muchos de estos aspectos se amparan en las denominaciones de origen, resguardadas de la procedencia y la calidad. Todas estas empresas, que han entendido el reto de la modernidad, han reestructurado sus instalaciones, aplicando las tecnologías más punteras, y han logrado productos con un acabado adaptado a las peticiones del mercado. En el área comercial y promocional, se abren en estos últimos años tentadoras campañas publicitarias que crean una imagen sana, dinámica y positiva de Castilla y León.

Por eso, el Salón Alimentaria debe consolidarse como un gran escaparate para todas las áreas empresariales a las que va dirigido, porque, al margen de los contactos lógicos interprofesionales y a las actividades propias de un salón feria -muestra y exposición de los productos- se realizan los contactos con las áreas de distribución e intercambios comerciales.

Un aspecto importante de estas ferias es que combinan los contactos profesionales con reuniones, charlas, coloquios, degustaciones y demostraciones, con una carga considerable de información, no sólo para los

asistentes a las ferias, sino para el fortalecimiento de los propios colectivos empresariales.

Cuando el expositor ya está afianzado en su stand, las puertas abiertas y los visitantes comienzan su pase curioso, empieza a funcionar el motor de la economía, además vestida de fiesta.

El expositor, eslabón trascendental en la cadena ferial, deberá ser dinámico y agresivo, y atrer la atención hacia su producto. Este acto de las ferias lleva un añadido escénico, resucitado de las más antiguas artes de la venta, que bien pudieran estar localizadas en las medievales ferias de Medina o Benavente, cambiando sólo el escenario de moqueta y luminotecnia por un carrozato de tracción animal y los trajes de diseño por estopa y cuero anudados en el pecho, pero en la palabra llevan el mismo deseo de comerciar. Continúa la esencia de esta tierra, vender en las plazas todo aquello que produce en sus campos y corrales. Espero que siempre podamos decir lo mismo, señal será de que seguimos teniendo campo y corrales.

Este suplemento ha sido elaborado por la redacción de la

Agencia ICAL  
Agencia de Noticias de Castilla y León  
Santiago, 23, 2º Izq.  
47001 Valladolid  
☎ (983) 334333-334388  
Fax: (983)342751

#### Director

José Luis Guerrero Elvira

#### Redactora-Jefe

M.ª Romero Mayor Jiménez

#### Redacción

Ignacio García López,  
Carmelo de Lucas, Víctor Iriarte, Gustavo Basurto, Jesús B. Segura, María Teresa Velilla, Ignacio Pagazaurtundua, Fernando Alda (Avila), Montserrat Gómez (Burgos), María Jesús Muñiz (León), Mariano Valero (Palencia), Nunchi Prieto (Salamanca), Fernando Aranguren y Angélica Tanarro (Segovia), Jesús Ángel García (Soria) y Antonio Hernández (Zamora)

#### Documentación

Tomás Hoyas

#### Gerencia

Roberto Tascón

#### Colaboraciones

José Ramón Mendoza,  
Mabel G. Bustelo, Ana Navarro y Comunicaciones Agrarias

#### Maquetación

Víctor Iriarte

#### Montaje

Isabel Martín Martín  
Vicente García

#### Dibujos

Ramiro y Hazul

#### Gráficos

Grupo PÁGINA

#### Fotografía

Javier Lumbreras,  
Fernando Santiago, Alberto Rodríguez y archivo de EXCAL y diarios asociados

#### Publicidad

GIS Publicidad

#### Edita

ICAL, Diarios Castellano-Leoneses Asociados, S.A.

Diario de León  
Diario de Burgos  
La Gaceta Regional de Salamanca  
El Correo de Zamora  
El Diario de Avila  
El Adelantado de Segovia  
Diario de Soria  
El Diario Palentino  
El Mundo de Valladolid

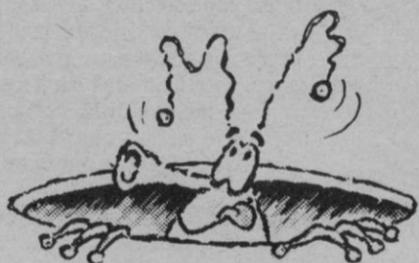
#### Fotocomposición

Diario de Avila, S.A.

¿Le ha sorprendido este espacio?

Venga a conocernos, con nosotros  
podrá salir a la luz, con

*Nuevas Ideas*



**GIS**  
PUBLICIDAD S.A.

seguro que le sorprenderemos.

C/. Santiago, 17, 4.º - Tel.º 35 33 99 - Fax 35 18 68

# INFORMACION

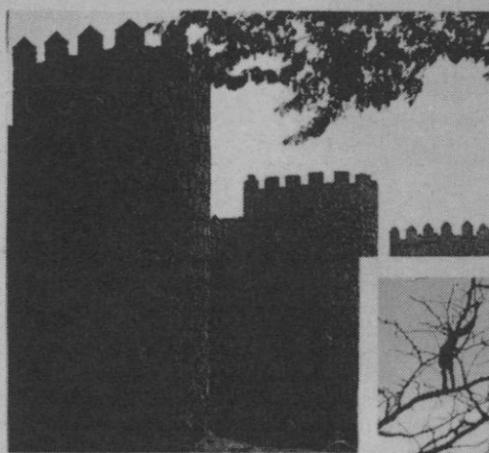
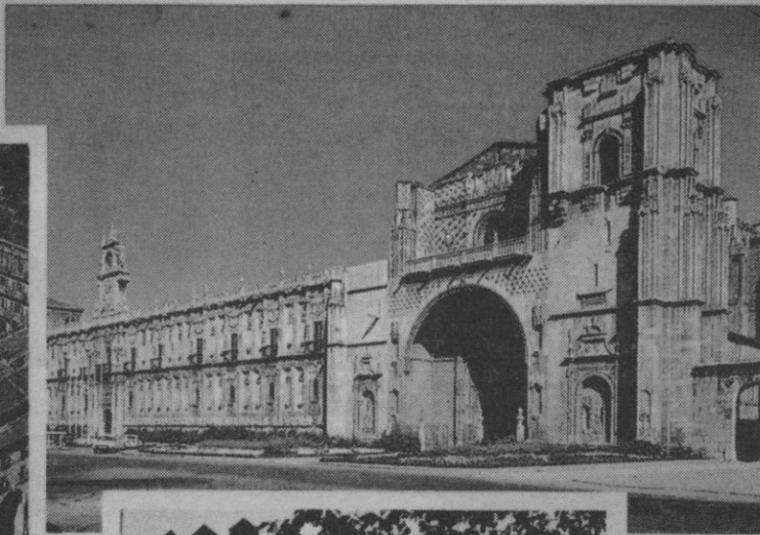


*Agencia de Noticias de Castilla y León*



*Amigo-Hazul*

# TU FUTURO SEGUIRA HACIENDO HISTORIA



*Merece la pena*

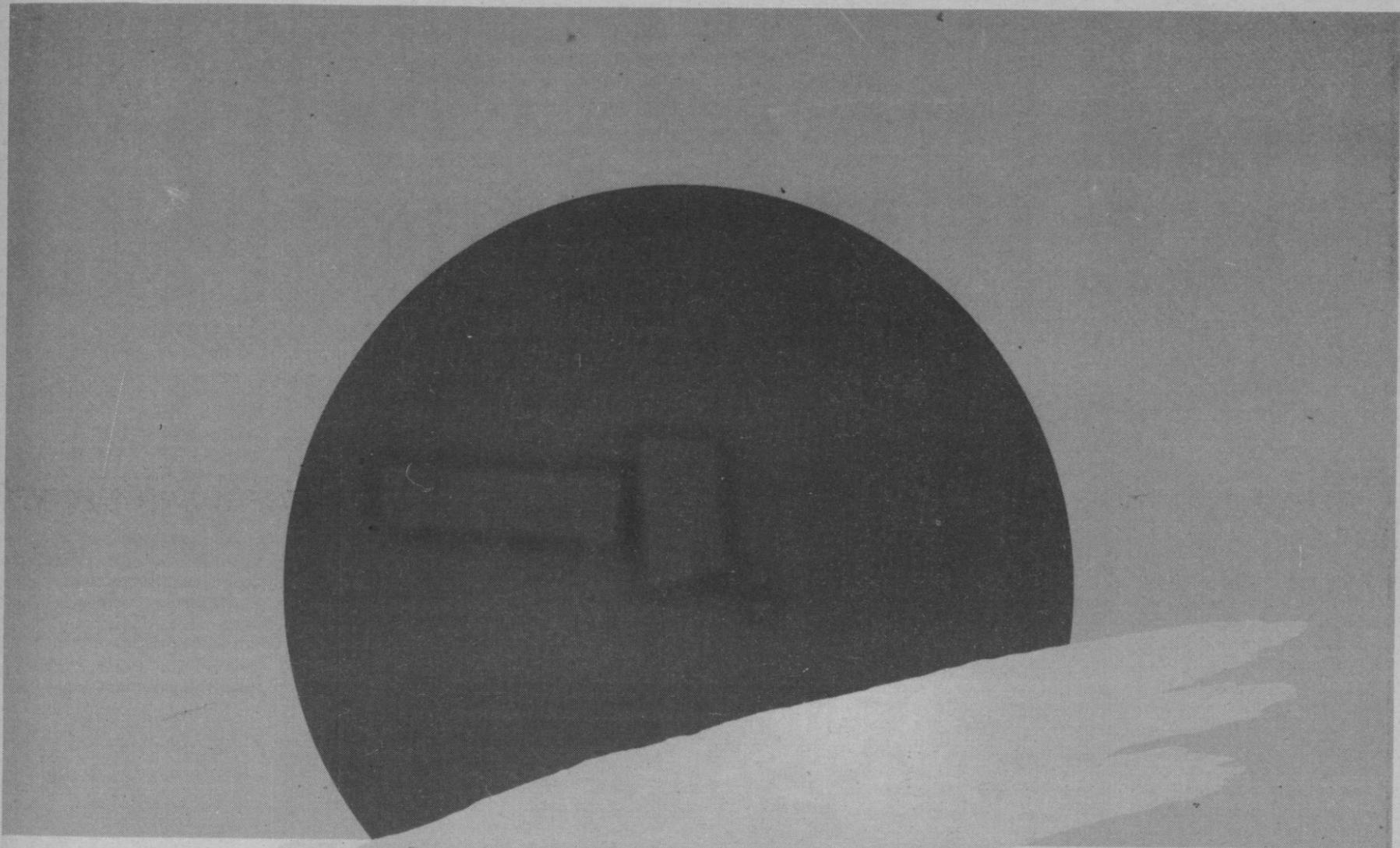
A lo largo y ancho del tiempo en Castilla y León se ha escrito la historia de España.

Ello significa el cariño y el afecto a nuestra tierra. El respeto a las tradiciones seculares que nuestros mayores nos han legado.

El compromiso de preservar y conservar nuestro patrimonio histórico-artístico es una constante de la Junta de Castilla y León. Por eso desarrollamos un programa de conservación de nuestro patrimonio.



JUNTA DE CASTILLA Y LEON



# CASTILLA LEON

## alimentaria

Valladolid 26-30 Octubre 1991



Con la colaboración de:

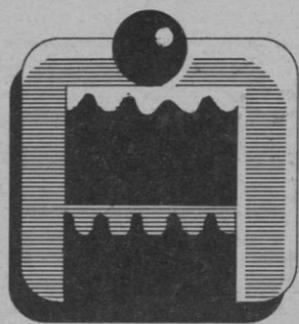


Junta de  
Castilla y León

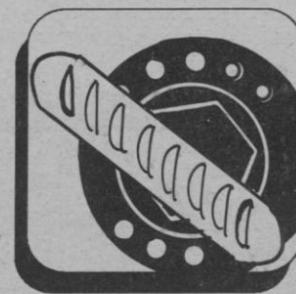
Consejería de Agricultura y Ganadería



PROSEMA



El desarrollo del sector harinero y sus derivados en la Comunidad, con la fabricación del crujiente pan del día, las galletas de las que la región produce el 60 por ciento del consumo nacional y los suculentos dulces de los conventos castellanos, aparece como la actividad económica más vinculada a la imagen tónica de Castilla y León, donde las inmensas llanuras cultivadas de trigo integran el mítico paisaje de la región, considerada históricamente el granero de España.



## Metidos en harina

► La región ha sido considerada históricamente el granero de España

**Maite Velilla**

Ciento diecinueve empresas de la Comunidad se dedican a la producción de harina y cerca de cuatrocientas trabajan en productos derivados. En este III Salón Alimentaria de Castilla y León estarán representadas cerca de un centenar de empresas relacionadas con el sector.

En Castilla y León se concentra un elevado número de industrias harineras cuya producción se eleva a 690.000 toneladas y que ofrecen también altos niveles de calidad. La región acoge también la mayor parte de la industria galletera española, la exquisita bollería con nombres de sus lugares de origen fabricada en hornos familiares, las pastas con nombres de santos que sugieren su origen conventual, las magdalenas y las mantecadas....

En el origen está la harina. A partir de esa variedad infinita del pan se ha desplegado una oferta inigualable de productos industriales y artesanos que se proyecta actualmente sobre un mercado cada vez más exigente y extenso. Este sector, extraordinariamente complejo y diversificado en sus productos, presenta dos grandes vertientes. De un lado está el sector industrial; por otro, la producción artesanal, que busca en la tradición el gusto por el producto exclusivo y exquisito, dirigido a un público diferenciado por una capacidad adquisitiva mayor.

Avanzan las técnicas y las invenciones para tratar el trigo, y al lado de la imagen del molino, aparecen ahora las grandes industrias transformadoras dotadas con tecnología punta. Ambos sectores tienen su razón de ser y grandes posibilidades de futuro en Castilla y León.

El consumo per cápita de pan



Las «boutiques» del pan ofrecen gran variedad de derivados de la harina. Foto JAVIER LUMBRERAS

en Castilla y León se sitúa un 5,4 por ciento por debajo de la media nacional, mientras que el gasto de cada castellanoleonés en galletas, bollería y pastelería la supera en un 28,9 por ciento.

### Disminuye el consumo

La tradicional actividad de la fabricación de harina se enfrenta a dos problemas fundamenta-

les: la disminución del consumo y la facilidad para aumentar la capacidad de producción de las fábricas.

El sector harinero se encuentra ahora al mismo nivel que el de las otras regiones españolas y de la Comunidad Europea, tanto en lo que se refiere a técnicas de producción como a control de calidad. Por otro lado, las industrias derivadas de la harina (pan,

galletas, pastelería, etc) muy importantes en la región, han tenido siempre suficiente oferta en calidad y cantidad con una óptima relación precio/calidad.

La situación se encuentra hoy en un proceso de transformación: la competencia también afecta a este sector, donde una sola fábrica absorbe el 20 por ciento del mercado regional. La industria harinera regional está

pasando por un momento más delicado. El precio de la harina es hoy inferior al de hace cinco años, a pesar de que el trigo ha subido un 20 por ciento a lo largo de los últimos seis meses.

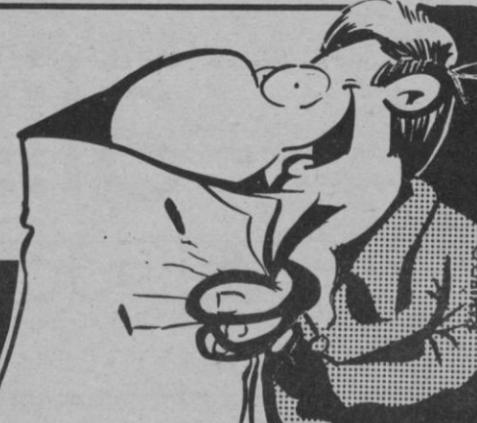
Los productores del sector reclaman más ayudas de la Administración regional. En octubre de 1990 se celebraron en Zamora las Primeras Jornadas Regionales de Harinas, patrocinadas por la Asociación Regional de

► *A partir de la harina se ha desplegado una oferta inigualable de productos industriales y artesanos*

Cámaras de Comercio, en las que se reunieron los sectores relacionados con la harina (panadería, pastelería, galletas, pastas, levaduras, grasas animales) y se plantearon los problemas de consumo, calidad, control, imagen, y marketing. Por su parte, el Grupo de Asociaciones de Molinería de Castilla y León se ha dirigido a la CE con un proyecto de recomendación relativo al saneamiento del mercado de los productos derivados de la molienda de trigo y del centeno.

La Consejería de Agricultura de la Junta ha convocado ayudas destinadas a la industrialización, comercialización o promoción comercial de productos obtenidos y elaborados en el territorio de la Comunidad. Así, se pretende promocionar inversiones de sectores como el de derivados de cereales y el de harinas panificables. En este sector podrá finan-

*Pasa a página siguiente*





# MILLON

medio millón de lectores cada día. GRUPO ICAL

DIARIO DE LEON-EL DIARIO PALENTINO-EL MUNDO DE VALLADOLID-EL ADELANTADO DE SEGOVIA-EL DIARIO DE AVILA-DIARIODE SORIA-LA GACETA DE SALAMANCA-DIARIO DE BURGOS-EL CORREO DE ZAMORA.

Viene de página anterior

ciarse la dotación de laboratorios, instalaciones de silos para harinas, mezcladoras, transportes interiores, etc. También podrá subvencionarse la instalación de silos para harina en industrias derivadas que la utilicen. Las subvenciones globales a percibir como consecuencia de estas ayudas solicitadas serán como máximo del 50 por ciento en la denominada Zona I (Avila, León, Salamanca, Soria y Zamora) y el 40 por ciento en la Zona II (Burgos, Palencia, Segovia y Valladolid).

**El pan, modelo exclusivo**

Según el presidente de la Federación de Castilla y León de Panificadoras, Jerónimo Iglesias, el sector de las panificadoras se concentra en empresas pequeñas que no buscan tanto la cantidad de sus productos como la calidad. En Castilla y León existen más de 2.000 empresas, la mayor parte de ellas de carácter familiar, que han sabido diversificar su oferta.

Paralelamente al fenómeno de la diversificación, aparecen las «boutiques» del pan (un par de ellas en cada capital y siete en Salamanca), como despachos especializados en los que se ofrece una amplia gama de productos frescos. Las «boutiques» o las tahonas han sido un factor positivo, ya que han renovado la imagen del sector panadero. Las más de 2.000 fábricas de pan de la región producen 165.642 toneladas. En los últimos años, se ha registrado un gran crecimiento en las ventas de los panes especiales, sobre todo en el pan de molde con marca y el tostado a la brasa.

## El monstruo de las galletas

El sector galletero ha sufrido en los últimos tres años un golpe bajo. Aunque el consumo de galletas ha aumentado un 7 por ciento, también lo han hecho en el mismo porcentaje las importaciones como consecuencia de la adhesión española a la CE, según afirma Miguel Jerez, presidente de la Asociación Profesional de Fabricantes de Galletas de España (Aproga) que desde 1938 trabaja en Burgos en empresas relacionadas con la harina y sus derivados.

En Castilla y León se encuentra el 60 por ciento de la capacidad productiva nacional de galletas. Sólo las fábricas de Avila pertenecen a empresas extranjeras, mientras Palencia, Burgos y Zamora acogen a las empresas de mayor prestigio en España como **Siro**, **Fontaneda**, **Gullón**, y **Reglero**, antiguas empresas familiares que han ido aplicando las nuevas tecnologías para conseguir la producción a gran escala.

«Ya no quedan industrias obsoletas» afirma Miguel Jerez, quien además ha sido el promotor el único centro de formación profesional de técnicas de alimentación de España, el Instituto **Enrique Flórez**, ubicado en Burgos. Miguel Jerez también se muestra orgulloso de que el sector galletero sea uno de los pocos de la industria alimentaria donde todavía el mercado está liderado por empresas nacionales de origen familiar. Dos de las más importantes, **Fontaneda** y **Gullón**, se encuentran en la provincia de Palencia, de larga tra-

dición galletera. También en Palencia se ubica **Siro**, en la actualidad avalada por capital francés. Las tres empresas palentinas son líderes del mercado en España.

La producción del sector galletero español está en buena medida concentrada en Castilla y León. Las empresas castellano-leonesas producen casi 5.000 toneladas anuales de galletas y en los últimos cuatro años han afrontado una fuerte reconversión tecnológica dirigida a aumentar su capacidad productiva. Las empresas de la región también han comenzado a elaborar productos más especializados y sofisticados ante la demanda del consumidor moderno.

**Reglero S.A.** con 225 trabajadores, un volumen de negocio de 1.300 millones de pesetas en 1990, ha sabido unir la tradición artesanal con la aplicación de la más moderna tecnología. **Reglero** ha invertido recientemente casi 3.000 millones de pesetas en una nueva fábrica en Toro y más de 450 millones en tecnología punta y nuevos productos. La empresa burgalesa **Galletas Angulo S.A.** ha invertido también más de 100 millones de pesetas en modernización de su producción y en la elaboración de nuevos productos. Se trata de una empresa familiar ubicada en Lerma, la número uno en cuanto a la fabricación de bizcochos y a ventas en grandes superficies.

Dentro de la provincia de Burgos también se registran industrias galleteras con una participación significativa en el mercado



como **Galletas Coral**, **La Flor Burgalesa**, **Galletas Huerta** y **Sociedad Anónima Laboral Moste**. En la región también destacan la **Sociedad Europea de Galletas** que fue adquirida por **Chocola-**

**tes Elgorriaga** y el grupo francés **Cantalou**, la soriana **Galletas Tejedor**, o las palentinas **Juncar-Herrera S.L.** y **González Noriega y Cia S.L.** con la marca **Fontibre** de Aguilar de Campo.

## Repostería conventual

Esta región es un auténtico paraíso de la repostería conventual. Más de una treintena de conventos y cenobios repartidos en la amplia geografía regional comparten la vida contemplativa con la elaboración de dulces y especialidades, que además de santificados en el nombre lo están también en el esmero y en la selección de la materia prima.

Del convento de las Clarisas de Avila proceden los bocaditos de almendra, con fama reconocida entre los visitantes de la ciudad de Santa Teresa. Las monjas de Santa Clara, en Burgos, elaboran, entre otros dulces, unas rosquillas fritas que constituyen una delicia para quienes tienen la suerte de degustarlas.

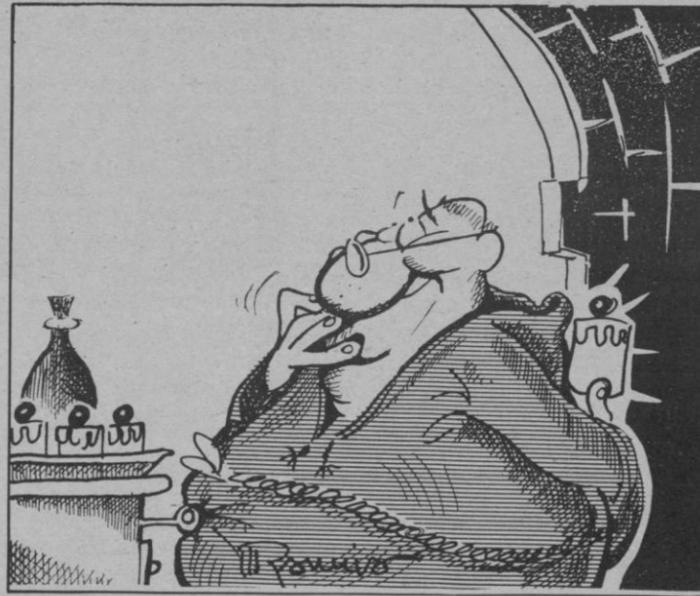
Las monjas cistercienses del monasterio de Carrizo, en la fértil ribera del Orbigo leonés, preparan mantecados y unos bizcochos, que llaman «estocazos», y las de San Andrés del Arroyo, en Palencia, los solicitados «raquelitos». También en Palencia, en Aguilar de Campóo, las Clarisas

reparten su tiempo entre la oración y la preparación de galletas que ellas mismas distribuyen a las tiendas.

Los «amarguillos» almendrados son típicos de las monjas encerradas de Sahagún, en plena Tierra de Campos, y los «empiñonados» y bocaditos, del convento de Santa María de la Consolación de las Dueñas, en Salamanca.

Otros dulces elaborados al calor de los muros conventuales son las almendras garrapiñadas de las Clarisas de Villacastín (Segovia) y las pastas de manteca, del convento vallisoletano de Santa Isabel. Las Calderonas, en Valladolid, preparan unas galletas cuadradas, y las Claras de Tordesillas, los conocidos bollos, de gran aceptación entre los reposteros.

En Zamora la dulcería conventual está representada por las rosquillas de almendra y los «rebojos» de las Dominicas; por las «angelinas» y «feos» del convento de San Salvador, en Benavente, y por las «tartas del Cister», con receta acuñada en el monasterio de Santa María del Azoague.



**CODIFICADORES POR**

- CONTACTO
- TINTA CALIENTE
- TERMOIMPRESION
- INK JET - Proyección de tinta
- LASER de marcaje

**Marcas representadas**

- ◆ MARSH
- ◆ DE KONINGH
- ◆ LINK
- ◆ C.M.S. CODIJET
- ◆ CODILASER
- ◆ SERMATEC

**Complementos de codificación:**

- Rodillos preentintados.
- Tintas, sprays, rotuladores, rodillos.
- Textos de goma ranurada.
- Imprentillas, logotipos.

# MARCAMOS Y CODIFICAMOS

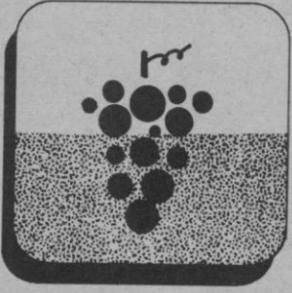


**SERVICIO INDUSTRIAL DE MARCAJE Y CODIFICACION, S.A.**

Numancia, 43 - 08240 MANRESA (Barcelona)  
Teléfono (93) 873 87 98 - Telefax (93) 874 11 58

# Uvas con pedigrí

► Los vinos de Castilla y León se abren paso en el mercado



J.P.A.

Los vinos ocuparán un protagonismo especial en el Salón Alimentaria al ser la parcela de la agricultura hacia la que dirigen su mirada los sectores empresariales de la región, por las posibilidades inherentes a los caldos de calidad. Castilla y León ofrece una gran variedad de vinos y ha consolidado cinco denominaciones de origen: Ribera del Duero, Cigales, Rueda, Toro y Bierzo.

Las cinco denominaciones estarán presentes en el Salón con expositor propio y durante los cinco días de la feria tendrán lugar catas y degustaciones dirigidas por los técnicos de la Estación Enológica de Castilla y León.

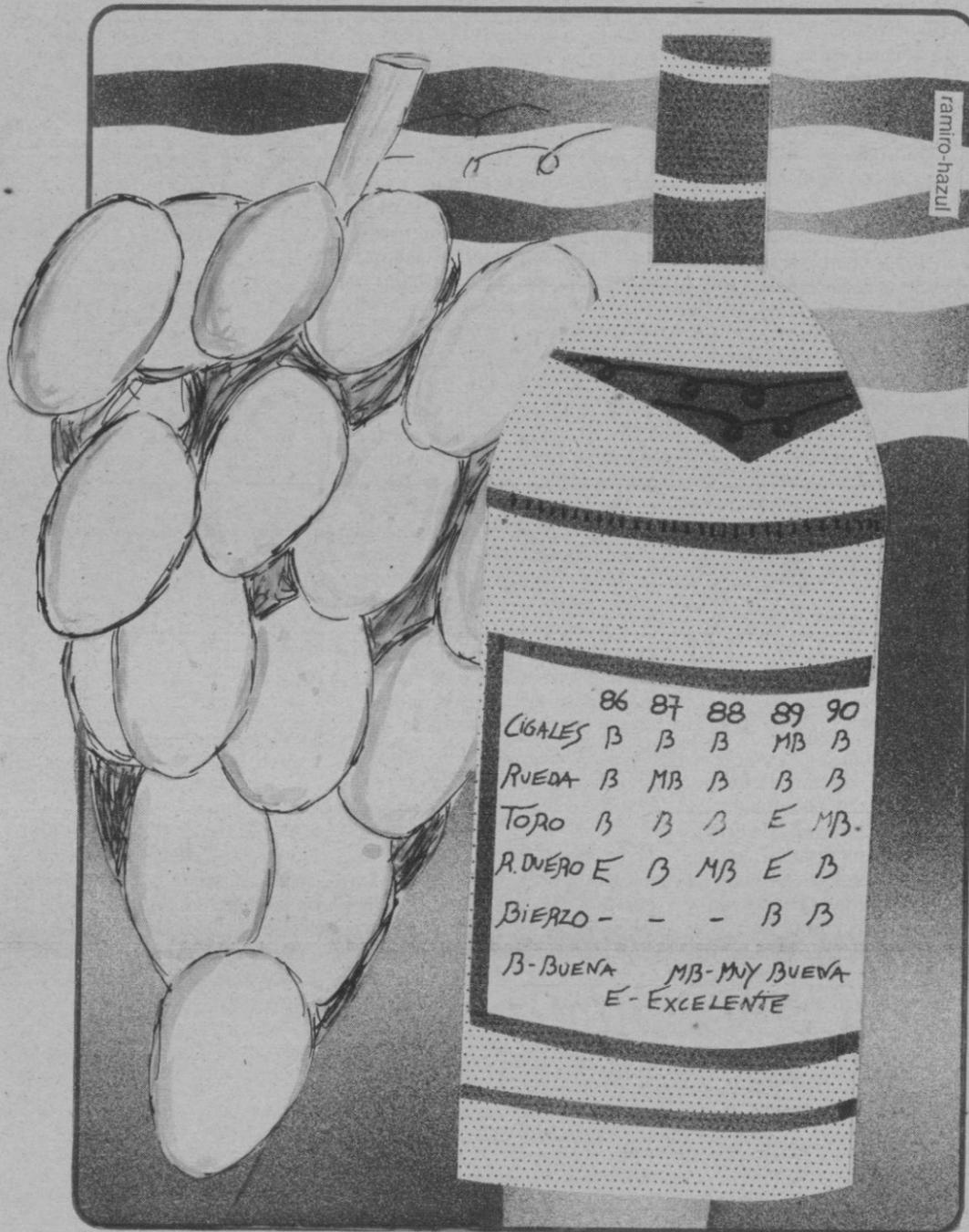
Aunque el consumo del vino ha descendido en los últimos años, se han incrementado las ventas de caldos de calidad, embotellados en origen, del que la región ha salido beneficiada al garantizar con el etiquetado y contraetiquetado de sus denominaciones un cauce veraz de comercialización.

La viticultura regional, ya estructurada, ha permitido a este sector agrario consolidar un puesto importante en el concierto económico empresarial y devolver a su tierra un legado cultural que corrió peligro de extinción en la década de 1970, cuando una loca e ilógica carrera descejó importantes extensiones.

Los vinos blancos jóvenes de la denominación de origen Rueda son identificados en las catas con facilidad por la variedad Verdejo, al tiempo que la uva foránea Sauvignon Blanc, apreciada por su excelente aclimatación a la comarca vallisoletana. Sus viñas se extienden al sur de la provincia de Valladolid sobre una superficie de 8.500 hectáreas. En esta zona tuvieron importancia histórica -ahora meramente testimonial por su menor demanda- los vinos generosos.

Los vinos de Toro, de larga tradición y moderno reconocimiento, se producen en 6.000 hectáreas de tierras de Zamora y han evolucionado ostensiblemente en los últimos años, presentándose hoy más domesticados y con un alto índice de calidad.

El Bierzo es la zona más septentrional y occidental productora de vinos de la región, y aunque considerada de transición, da a sus productos un carácter propio fácilmente distinguible. En esa tierra incluida en la provincia de León, sorprenden las elaboraciones de tintos y rosados macerando la variedad de uva



autóctona Mencia, muy apreciada por su componente aromático.

La Ribera del Duero acapara la atención debido a la popularidad alcanzada en la última década, cuando varias bodegas han conseguido un merecido prestigio internacional por la extraordinaria calidad de sus tintos. En total, son 12.500 hectáreas repartidas principalmente por Burgos y Valladolid. Sus caldos utilizan como variedad principal la uva tinta del país y su vocación está en la elaboración de los vinos de crianza y reserva tintos envejecidos en barricas bordelesas.

#### La más reciente

La denominación de origen más reciente -conseguida en marzo de 1991-, es Cigales, una modalidad de vinos rosados jóvenes, con gran aportación de aromas primarios conseguidos de una acertada mezcla de variedades blancas y tintas. Esta comarca tiene una limitada oferta de producción y variedades (son 3.500 hectáreas), pero sin embargo se adapta perfectamente a una demanda del mercado tan moderna como prometedora. Con las últimas añadas, ha co-

menzado la elaboración de tintos en Cigales, cuyas posibilidades están por ver.

En la provincia leonesa, tres comarcas se han unido para reivindicar un apellido común para su vino, la «Meseta de León», compuesta por los viñedos de Ribera del Cea, Valdevimbre y Los Oteros. Aunque en proceso de transformación, basa su produc-

ción en la uva autóctona «prieto picudo», elaborada en bodegas cooperativas cuya antigüedad se remonta a la década de 1950.

La comarca de Cebreros, en Avila, se encuentra en proceso de modernización, aunque tiene la ventaja de contar con una denominación específica.

Una pequeña zona que también espera la denominación de

## El ejemplo de Rueda

I. Pagazaurtundua

Entre todos los centros tecnológicos de la región en materia agroalimentaria, la Estación de Rueda (Valladolid) es tal vez el paradigma de cómo debe funcionar un equipo técnico y humano para el desarrollo de nuevas experiencias y productos comercializables.

Cada año con más medios, su laboratorio ha realizado durante 1990 un total de 25.000 análisis, no sólo para la Estación, sino para los Consejos Reguladores y empresas bodegueras. Durante esa campaña efectuó 38 elaboraciones experimentales de vinos y realizó el seguimiento, explotación y control de más de 100 elaboraciones llevadas a cabo durante los años 1988, 1989 y 1990.

Además, ha participado en multitud de proyectos de investigación y seguimiento a nivel nacional e internacional, en colaboración con el Instituto Nacional de Denominaciones de Origen (INDO), el Instituto Catalán del Vino (INCAVI), etcétera.

Como experiencias más destacadas, el director de la Estación Enológica de Castilla y León, Pascual Herrera, señala las referidas a la hiperoxidación de mostos, con lo que se consiguen vinos estables, sin evolución en botella y con un gran periodo de conservación. Esta técnica solucionaría en gran parte la evolución y oxidación de vinos jóvenes en botella.

El director de la Estación Enológica de Rueda apunta como experiencias novedosas la recuperación de vinos de aguja de la variedad Prieto Picudo, y del potencial de calidad de las variedades autóctonas Juan García, Mando, Malvasía y Rufete, mediante elaboraciones que tiendan a resaltar sus cualidades aromáticas, estructurales o de maduración.

origen es Fermoselle-Arribes del Duero, cuya uva autóctona, denominada «Juan García», también plantada en la ribera de Salamanca.

Esta última zona, así como la ribera del Arlanza, en Burgos, han visto disminuir ostensiblemente su viñedo, su actividad elaboradora y su comercialización.

### EXPORTACIONES DE VINOS EN LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN CASTILLA Y LEÓN



RUEDA



RIBERA DE DUERO



TORO

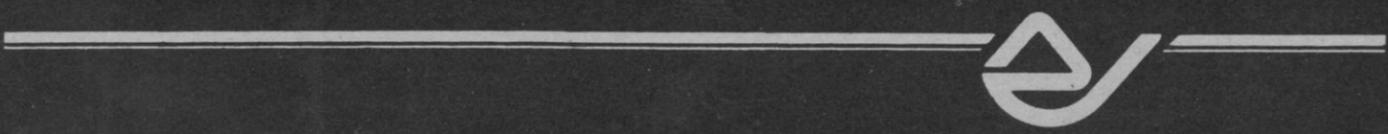


BIERZO

RAMIRO HAZUL

# AZUCAR

# ACOR



## ACOR Sociedad Cooperativa Azucarera

OFICINAS CENTRALES:  
 P.º Isabel la Católica, 1  
 Tels. 35 05 44 - 35 05 22  
 35 04 00 - 35 05 33

FABRICA DE VALLADOLID:  
 Av. Santander, km. 4  
 Tels. 25 08 54 - 25 08 58  
 25 08 62 - 25 09 00  
 25 09 08

FABRICA EN OLMEDO:  
 Ctra. Nacional 601, km. 154  
 Tels. 60 00 22 - 60 00 50  
 60 00 51 - 60 00 76



La «reconversión» industrial está llegando al sector agroalimentario de la Comunidad de manera lenta, en comparación con otras regiones más avanzadas o más afortunadas. La transformación y promoción comercial de este tipo de empresas, la mayoría de pequeño volumen y capital propio -sin inversionistas foráneos-, es un reto asumido por las diferentes Administraciones. Sólo falta el despegue definitivo.

## El reto de la modernización

► La «reconversión» de la industria agroalimentaria pasa por incorporar nuevas tecnologías

### I. Pagazaurtundua

Las industrias, conscientes de la necesidad de renovarse, buscan subvenciones para todas sus actuaciones, tanto tecnológicas como comerciales. Aunque siguen existiendo muchos empresarios reacios a la novedad, en una región donde todavía hay sectores que no producen con la rentabilidad suficiente.

Sobre el papel, Castilla y León tiene buenas condiciones para el desarrollo de la industria alimentaria. Es la primera productora nacional en cereales, leche, carne y azúcar, y se encuentra ubicada en el centro peninsular. Los técnicos insisten en que estos datos se deben al gran número de hectáreas existente, porque en cuanto a productividad las cifras son un desastre. Por ejemplo, en nuestra región se producen 2,3 toneladas de cereal por hectárea, mientras que la media europea comunitaria es de 5 toneladas por hectárea. O también, que aquí se producen 80 litros por oveja, cifra bastante menor que en Francia.

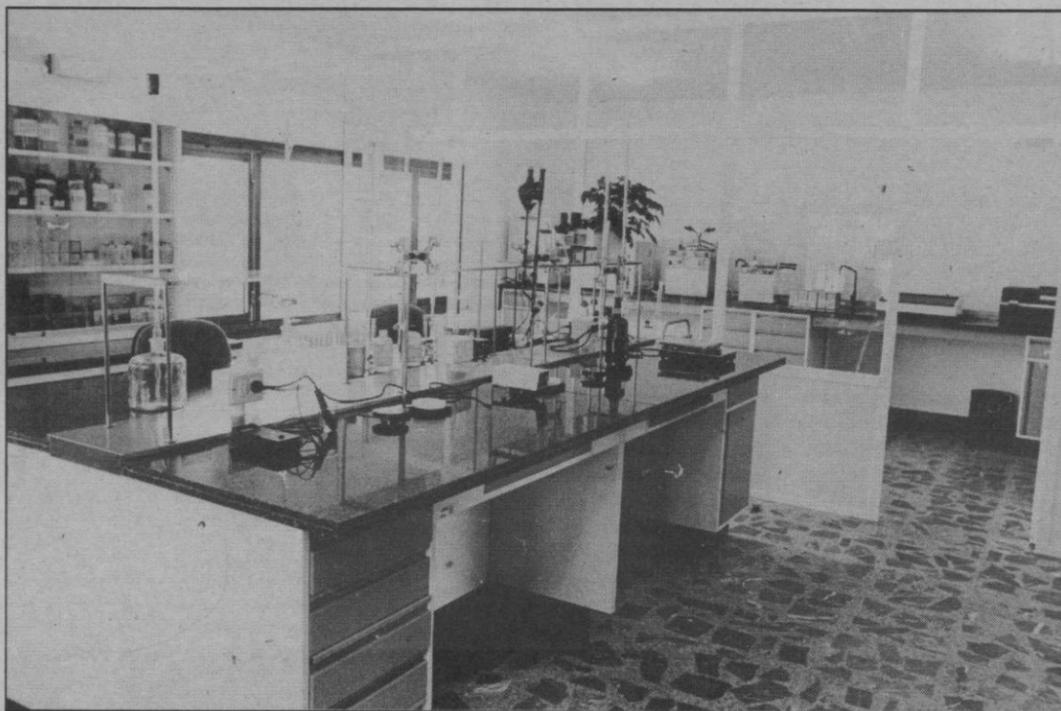
Según explica el jefe del Servicio de Industrias y Comercialización Agraria de la Junta, Pablo Lalanda Carrobbles, en general la calidad de las materias primas «es excelente», pero las cifras no coinciden luego con la cantidad producida. La tendencia actual en la Política Agraria Comunitaria (PAC) es la de promover una producción extensiva, que abarataría los costes aunque se produzca menos cantidad. Se trata, según los expertos, de no incentivar los incrementos de producción en todo aquello que sea excedente europeo.

Pablo Lalanda señala que las mejoras industriales en las tareas agrícolas (fertilizantes, semillas, insecticidas, maquinaria modular, etcétera) han hecho que los porcentajes aumenten año a año, aunque reconoce que es difícil superar unas cotas más elevadas por la estructuración del sector en nuestra región.

La idea predominante es que reconvertir sin unas directrices claras y adecuadas es muy difícil, y en el caso de la Consejería de Agricultura no se puede hacer nada por la gran dependencia ante decisiones ajenas a la política autonómica. Desde 1986, el Ministerio de Agricultura no ha tomado ninguna determinación específica en ese sentido, según explicó el jefe del Servicio de Industrias y Comercialización Agraria, «porque la agricultura da pocos votos».

### Subvenciones

Una vez analizada la situación de las materias primas regionales con vistas a una mejora de la productividad en el sector primario, tan importante todavía en la balanza comercial de Castilla y León, el reto económico del 92 se hace más patente en el sector



Nuevas técnicas y antiguos métodos conviven en la actualidad. Fotos JAVIER LUMBRERAS y F. SANTIAGO

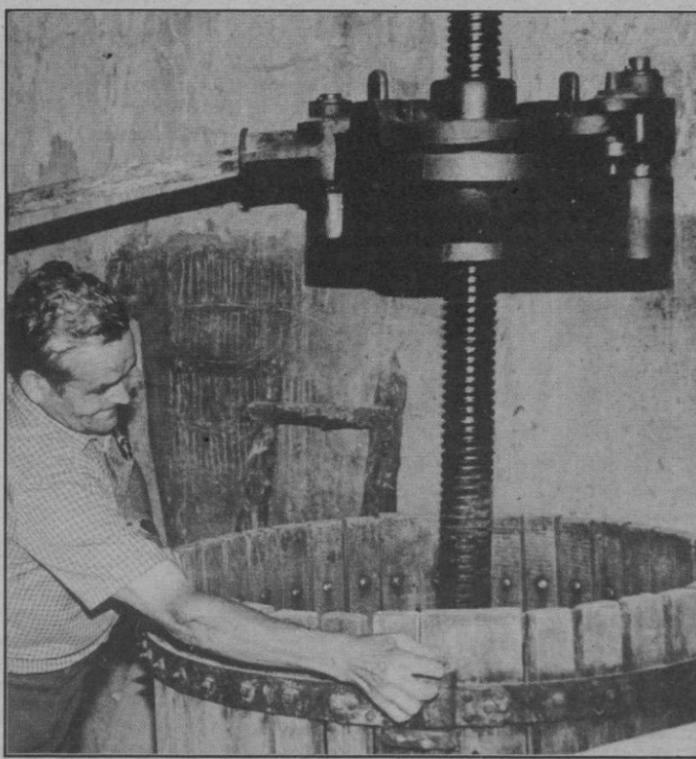
agroalimentario, dependiente de esas materias primas.

La región castellano-leonesa tiene, según estadísticas de 1990, unas 3.900 industrias en este segmento agroindustrial. Por provincias destaca Palencia, que en ese año tuvo 104 altas sobre un total de 474. Por sectores, pan y bollería ha tenido un movimiento de 196 altas sobre la misma cifra de 474. Este tipo de industrias, incluidas en el Registro de Industrias Agrarias y Alimentarias, son competencia de la Junta excepto algunas empresas que, aunque tienen como materia prima productos agrarios, en ningún caso elaboran productos alimenticios.

En cuanto a las subvenciones, de 1987 a 1990 las cuatro fuentes principales han sido la Consejería de Agricultura, con 5.563 millones (28 por ciento); el FEOGA, con 3.625 millones (18 por ciento); los Incentivos Regionales del Ministerio de Economía, con 10.188 millones (51 por ciento); y el Ministerio de Agricultura a través del Real Decreto 1426/86, que con 582 millones en esos cuatro años ha llegado al 3 por ciento del total regional.

### Instituto Tecnológico

A lo largo del cuatrienio antes señalado, la Junta ha ido perfeccionando lo que ha de ser el Instituto Tecnológico, donde han de quedar integradas la Estación Enológica de Rueda (Valladolid), la Estación Lactológica (Vila, Palencia), el Laboratorio Agrario (también en Vila) y la Estación Tecnológica de la Carne (Guijuelo, Salamanca).



La Estación Lactológica, que inició su actividad a mediados de 1990, comenzó con la elaboración de queso tipo manchego, fresco de Villalón y Burgos, y queso para untar. En la campaña actual la Administración regional ha colaborado en el montaje del Laboratorio Interprofesional de la Leche, y en 1990 se invirtieron 112 millones para la adquisición de un equipo analítico automatizado. Se realizaron controles de calidad físico-química y bacteriológica de la materia prima y del producto pasteurizado. Los quesos producidos son consumidos en el internado de la Escuela de Capacitación Agraria.

Según Pablo Lalanda, hay que prestar apoyo a los pequeños y medianos industriales, porque hay sectores artesanales que se están perdiendo. La Junta ofrece a estos industriales productos

experimentados en sus laboratorios con igual esencia y sabor que aquellos que hacían los artesanos castellano-leoneses. Las investigaciones se orientan siempre a su aplicación práctica, porque sino no interesan.

El Laboratorio Agrario trabaja analíticamente para diversos centros de la Consejería de Agricultura, para el MAPA a través de Fraudes, y ha puesto en marcha las técnicas para el control de hormonas, elementos residuales y medicamentosos. Además, ha participado en la Encuesta de Calidad de los Trigos Blandos Españoles (campaña 1989-90), ha realizado un informe de calidades de los lúpulos españoles para su remisión a la Comunidad Europea, ha valorado la campaña de compra de girasol a petición de los productores de la Junta de Castilla y León, etcétera.

## Tendencias

C. A.

La trayectoria, ya consolidada de la industria agroalimentaria en todos los países desarrollados, permite establecer para este sector, constituido por grandes y concentrados complejos industriales, algunas tendencias de su evolución actual y futura que, en mayor o menor medida influirán en la posición del agricultor ante el sistema.

► **Sensibilidad al cambio tecnológico**, en el sentido de que, cada vez más, las producciones agrícolas son materias primas privilegiadas de procesos industriales.

► **Tendencia homogeneizadora de la producción**, es decir, fabricación de productos alimentarios uniformes e indiferenciados que favorecen a las grandes empresas y que sitúan al agricultor como un suministrador de materias primas homogéneas, según las necesidades de la agroindustria.

► **Deslocalización agraria** ya que la agroindustria busca la expansión hacia nuevas actividades, concentrándose en los sectores alimentarios de mayor valor añadido.

► **Redistribución geográfica** de las zonas de producción agraria, que se realiza en función de las necesidades de la industria transformadora. Abandono de la actividad agraria en zonas con dificultades de acceso o de baja productividad por sus condiciones, climáticas, orográficas, etc., y concentración de la producción en otras más ventajosas para el sistema.

► **Creciente importancia del sector de distribución** con aplicación de técnicas de marketing, cada vez más complejas y costosas. Este escalón es, sin duda, el más alejado del agricultor.

La Estación Tecnológica de la Carne, que cuenta con el apoyo del sector industrial, es un proyecto de 350 millones de pesetas que comenzará a funcionar en 1993. La idea es trabajar en la experimentación no sólo con productos directos del cerdo, sino con patés, morcillas y productos tradicionales (por ejemplo el botillo leonés).

Por último, la Junta ha firmado un convenio con la Asociación de Científicos y Tecnólogos de la Alimentación de Castilla y León (ACTA-CL), lo que permite que esta entidad organice cursos para técnicos y empresarios, en relación con el control de calidad de diversos productos alimentarios. Del mismo modo, se ha firmado un acuerdo con la Universidad de León, que facilita la concesión de becas a tesis doctorales, a través del Departamento de Tecnología e Higiene de los Alimentos.

ASISTENCIA A FERIAS DE PRODUCTOS DE CASTILLA Y LEON EN 1990-1991



► Todas las campañas de promoción de los consejos reguladores están subvencionados al 80 por ciento por el Gobierno regional

La presencia en ferias monográficas españolas y extranjeras es también habitual entre los productores de Castilla y León, que son quienes comunican al Gobierno regional su interés por asistir. Si las peticiones son mayoritarias, la Junta gestiona y sufragar el expositor y ofrece un espacio y medios a las empresas para que puedan trabajar en él. Si no pueden desplazarse, pueden remitir sus productos para ser exhibidos.

En general, la promoción siempre se encamina hacia la capital de España y la mitad norte de España, País Vasco, Cataluña, Galicia, Cantabria y Asturias, "porque son las zonas con mayor poder adquisitivo, tienen consumidores netos de nuestros productos y tienen una balanza alimentaria negativa", afirma Trillo, que también dirige hacia esa dirección la publicidad institucional, alrededor de 90 millones en el 90 y 45 presupuestados para este año.

Este año, la presencia en ferias se ha visto limitada al modificarse la política del Instituto de Comercio Exterior (ICEX), que ha denegado expositores en los pabellones españoles a las comunidades autónomas y sólo ha permitido la presencia de empresas, "con una selección que a lo mejor no es la ideal para la región", dice Trillo. Por este motivo, la presencia de Castilla y León se ha reducido notablemente en Colonia o París.

Para 1992, la Junta intentará negociar directamente con las organizaciones de los certámenes su presencia, pero no oculta que la falta de espacio puede limitar la asistencia.

## Promociona, que algo queda

► La inversión publicitaria de las empresas se multiplica

ICAL

Hace diez años, cualquier persona que quisiera probar el mejor jamón solicitaba directamente «jabugo» para referirse al codiciado ibérico. Sin embargo, siete de cada diez veces recibía un producto elaborado en la comarca salmantina de Guijuelo, que ahora ya pide por su nombre. La mayor parte de nuestros vinos, entonces, no cruzaban la frontera española y hoy algunas bodegas han conseguido abrirse un hueco en los mercados internacionales.

Las inversiones publicitarias de los pequeños industriales agroalimentarios de Castilla y León, prácticamente inexistentes entonces, se han multiplicado año tras año. La presencia en las ferias nacionales e internacionales ya es habitual y se han abierto cauces para subvenciones a la promoción. Con el vino como tarjeta de presentación, los alimentos tradicionales de Castilla y León ya son solicitados por su propio nombre.

No sólo dinero

La promoción de los productos de Castilla y León no precisa sólo de dinero. La presencia continuada en ferias, el trato directo con los comerciantes y la propia organización del sector -controles de calidad, denominaciones de origen- para publicidades genéricas es mucho más importante que irrumpir en el mercado con una agresiva campaña publicitaria, según el máximo responsable de comercialización del Gobierno regional, José Trillo.

Por ello, el tiempo ha marcado todas las acciones de promoción del sector agroalimentario. Primero se registró el logotipo «Alimentos Tradicionales de Castilla y León», para promocionar aquellos productos de calidad con denominación de origen. La Administración coordinó las campañas publicitarias -en prensa, radio y televisión- con actividades de promoción, y estableció cauces de financiación

► Los empresarios demandan la presencia institucional en ferias del norte de España y Madrid

para que fueran los propios empresarios quienes se lanzasen a la promoción.

Ahora mismo, cualquier actividad de promoción comercial que realice un Consejo Regulador tiene una subvención del 80 por ciento y las asociaciones reciben el 60 por ciento de lo invertido. Una empresa particular recibirá un 30 por ciento por cualquier promoción, que se incrementará hasta el 40 si el producto está incluido en una denominación de calidad o si la actividad se realiza en el extranjero. El tope máximo está en 10 millones de pesetas anuales, al que sólo llegan las grandes empresas.

En los dos últimos años, la Junta ha superado los 450 millones de pesetas en actividades propias y subvenciones. "La eficacia, sin números ni estudios al detalle, está demostradísima",

afirma el responsable de la Junta, "y el sector ha incrementado su presencia en los mercados".

El apoyo institucional no puede ni debe ser mayoritario, según Trillo. "Tras la publicidad genérica, debe surgir la de marca, porque en su opinión está claro que el que no se anuncia no vende" en un mercado en el que se lucha a muerte entre productos de precios y calidades similares, a excepción de algunos vinos de excepcional calidad. Según indicó, las ayudas han provocado una reacción en cadena y han generado una notable inversión promocional entre las pequeñas empresas.

El vino, sector mimado

Desde el propio Gobierno regional se reconoce que si ha existido un sector especialmente mimado ha sido el vitivinícola, a pesar de que en cifras macroeconómicas tiene un valor casi simbólico comparado con el sector cárnico o el harinero.

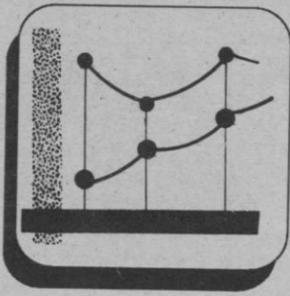
El apoyo público surge al ser tradicionalmente el producto más estructurado y organizado, y el primero protegido con denominación de calidad, lo que posibilita la promoción genérica. De hecho, en España la única ley propia para denominaciones de origen se elaboró para el vino, y esa normativa ha permitido ampliar el régimen de protección con reglamentos específicos para otros productos. "También hay una razón cultural -asegura José Trillo-, no existe otra producción alimentaria tan vinculada a la tierra y a las gentes, porque muchos castellanoleoneses han na-

cido encima de una bodega, no de una fábrica de quesos".

Para el responsable de la Junta, esta atención especial al vino también ha beneficiado al resto de productos, "porque ha actuado de punta de lanza, ha sido la primera imagen de calidad de Castilla y León que se ha conocido en el extranjero y ha permitido tirar del resto". Según Trillo, la falta de estructuración de sectores como el cárnico, pastelería o quesos impide el despegue comercial que suponen las promociones genéricas, previas a las marquisas.



El logotipo ya es conocido por los consumidores



En la comunidad castellano-leonesa no existe correlación entre el peso específico de la producción agropecuaria en el conjunto de su economía y la elaboración y transformación de los productos primarios dentro de la propia región. Castilla y León se configura en gran parte como exportadora de materias primas agroalimentarias. Esto contribuye a generar empleo y riqueza fuera de esta región, lo que supone perder en un grado considerable el valor añadido final.

# La industria alimentaria, asignatura pendiente en la región

► El sector está inmerso en un proceso de adaptación a las nuevas tecnologías

Ana Navarro

El desarrollo de la industria agroalimentaria en Castilla y León no sólo ha estado condicionado por la existencia de un sector agrario mal estructurado, sino también por la escasa capacidad de consumo de un mercado reducido al ámbito local, cada vez más débil por los fuertes trasvases de población del campo a la ciudad. En estas circunstancias, es lógico que la localización de la transformación agraria se realice en función de los grandes centros de consumo, favoreciendo, de esta forma, un modelo de desarrollo desigual.

El número de industrias agroalimentarias existentes en Castilla y León, según los datos disponibles -mayo de 1989- es de 3.549, de las que el 60 por ciento se asienta en las provincias de León (28%), Valladolid (15,5%) y Salamanca (14,6%). (Ver cuadro I).

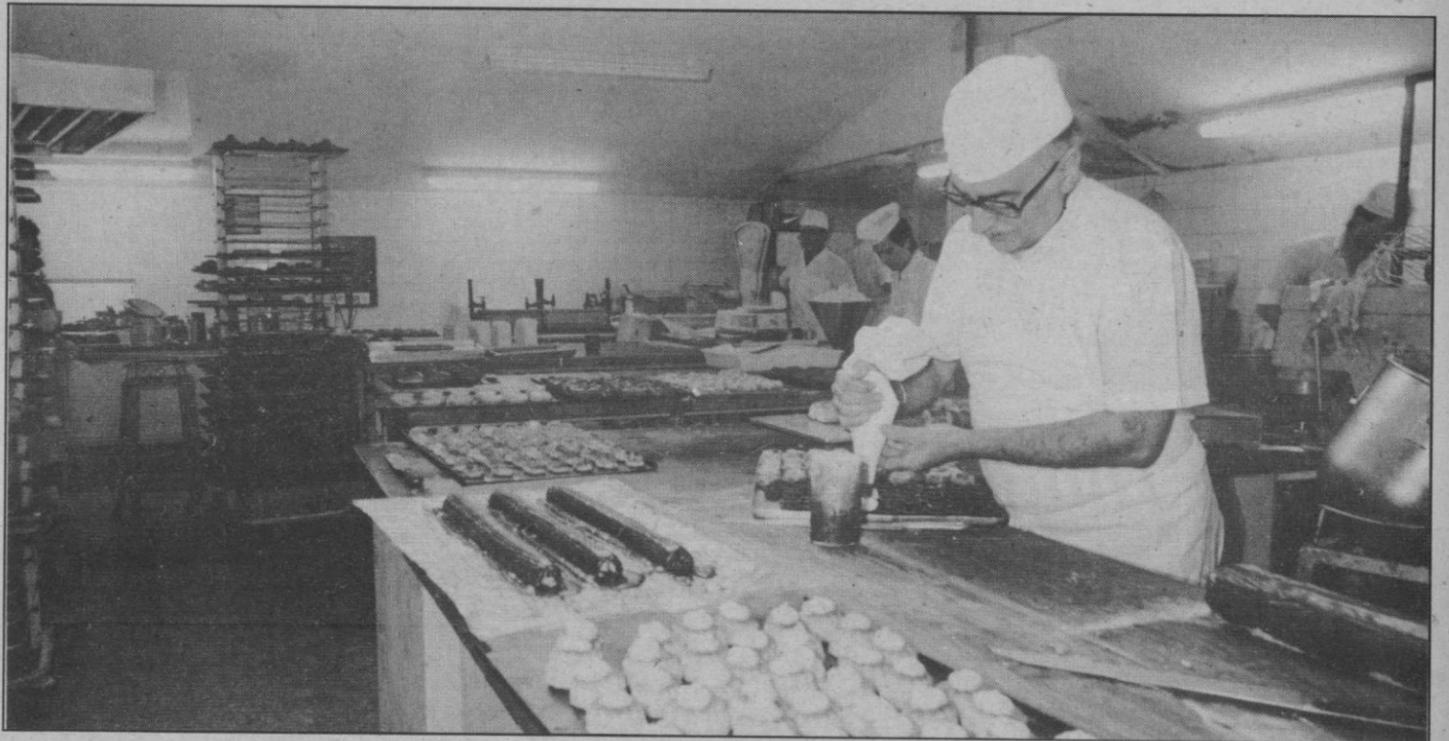
Las industrias agroalimentarias con más peso específico en Castilla y León son aquellas que elaboran pan, bollería y galletas; las industrias del azúcar, las empresas dedicadas al sacrificio del ganado y conservas de carnes, fabricación de productos de molinería; industrias productoras de alimentación animal, industria vinícola e industrias lácteas.

En general, abundan las industrias pequeñas de tipo familiar, si bien desde el ingreso de España en la CE, gracias a las ayudas recibidas se ha estado llevando a cabo un impulso de potenciación y modernización, especialmente en los sectores cárnico, lácteo y vinícola. La indus-

► *La participación de empresas internacionales en el valor total de los alimentos producidos en la Comunidad es creciente*

La industria agroalimentaria es, sin duda, uno de los sectores más importantes de Castilla y León, con una producción que se sitúa en primer lugar junto al sector energético y el de material de transporte.

La participación de las empresas internacionales en el valor to-



La repostería industrial tiene un importante peso específico en la economía regional. Foto DB

► *La industria agroalimentaria es uno de los sectores más importantes de la región, junto con el energético y el de material de transporte*

tal de los alimentos producidos es creciente, tanto en la comunidad como a nivel nacional. En los últimos años, Castilla y León ha visto como se han instalado empresas alimentarias foráneas: Unilever, Nestle, Biscuit, McCain, Koipe, Nutrexa y Panrico, son sólo algunas de las empresas que han elegido la región castellano leonesa para su asentamiento en España.

## La producción alimentaria

Según la Encuesta Industrial del Instituto Nacional de Estadística (INE) realizada en 1986, el sector industrial, que comprende la alimentación, la bebida y el tabaco supuso un valor añadido bruto (VAB) -incremento de precio obtenido en cada fase del proceso productivo-, de 85.448 millones en Castilla y León, es

decir el 15,8 por ciento del total del VAB de la región. Esta Comunidad Autónoma participó en un 7,30 por ciento del valor añadido nacional en el sector alimentario. Y esta proporción, como dato a destacar, tiene cada vez más importancia en la región.

Provincias	N.º Industrias agrarias	% sobre C y L
AVILA .....	159	4,5
BURGOS .....	383	10,8
LEON .....	993	28
PALENCIA .....	191	5,4
SALAMANCA.....	520	14,6
SEGOVIA.....	299	8,4
SORIA.....	223	6,3
VALLADOLID .....	550	15,5
ZAMORA.....	231	6,5

La producción bruta del sector agroalimentario ascendió a 380.742 millones en el mismo año, lo que significa que el 26,2 por ciento de la producción bruta de la Comunidad corresponde a la industria agroalimentaria. En 1986, año al que pertenece la última encuesta industrial, la

producción de la industria agroalimentaria castellano-leonesa supuso tan sólo el 9,02 por ciento del total nacional.

El número de personas ocupadas en las empresas alimentarias asciende a 30.341, lo que supone que en 1986 el 21,9 por ciento de la población activa ocupada en la región estaba trabajando en el sector alimentario.

El total de las exportaciones de Castilla y León durante los meses de enero a septiembre de 1989, ascendió a 140.157 millones de pesetas, de los que 1.640 millones correspondieron a exportaciones de las industrias agroalimentarias.

En el capítulo de las importaciones, durante los meses de enero a septiembre de 1989, las industrias agroalimentarias compraron productos por valor de 3.627,3 millones de pesetas.

El análisis del producto interior bruto (PIB) por sectores durante el año 1986 -valor total de los bienes y servicios producidos en un año, deduciendo lo consumido en la producción-, muestra que en el capítulo alimentación el PIB nacional se elevó a 1.391.514 millones, de los que 92.920 millones corresponden a Castilla y León, es decir, el 6,6 por ciento del PIB nacional en el sector alimentario.