

AGRICULTURA

El «Queso Manchego» con denominación de origen, a la conquista del consumidor

Política eficaz

Toledo. Pilar Hernández
Una buena parte de los consumidores españoles tienen una idea muy imprecisa de lo que es el «Queso Manchego» con denominación de origen. No conocen de dónde procede, ni con qué tipo de leche se elabora, ni sus características. Esta situación, preocupante para los artesanos e industriales por la competencia desleal que provoca, ha hecho que el Consejo Regulador de la Denominación de Origen «Queso Manchego» haya lanzado una campaña de promoción para velar por la calidad de este producto y darlo a conocer en el ámbito nacional.

El Consejo Regulador, según ha explicado su presidente, Alfonso Álvarez Valera, asume la obligación de educar al consumidor para que, una vez informado, elija y exija el producto que desea. Para ello, es necesario involucrar al punto de venta (canales de distribución, restaurantes, tiendas...) para que ofrezcan e identifiquen correctamente el queso manchego con denominación de origen.

Logotipo

Una de las primeras acciones desarrolladas por el Consejo Regulador ha sido cambiar el logotipo, para dar mayor protagonismo al producto; se han introducido ovejas, de cuya leche se elabora el queso, y se mantienen las figuras de don Quijote y Sancho.

La campaña de promoción se dirigirá a grupos de influencia para los consumidores: medios de comunicación, personajes de prestigio, asociaciones de amas de casa y canales de distribución, con la difusión de los resultados de las investigaciones que sobre el queso se llevan a cabo; la instauración de un premio periodís-



El nuevo logotipo da mayor protagonismo al queso manchego

tico sobre el queso, exposiciones y charlas, así como jornadas sobre el queso en centros comerciales de Barcelona y Madrid.

Y es que, uno de los principales problemas a los que se enfrenta este Consejo Regulador es que en la mayoría de los casos se les vende a los consumidores como queso manchego cuando en realidad no lo es.

Producción

En Castilla-La Mancha durante este año se han fabricado 60 millones de kilos de quesos, de los que únicamente cinco millones son de queso manchego, de los que se han producido 1.600.000 piezas. Del total de la producción, el 85 por ciento se hace de forma industrial, mientras que el 15 por ciento restante sigue un proceso artesanal, según explicó durante la presentación de la campaña el jefe de control de calidad del Consejo,

Santiago Altares.

En cuanto a las exportaciones, por el momento sólo se destina el 15 por ciento del producto y, curiosamente, el primer país importador de la Unión Europea es Francia, seguido de Alemania y Estados Unido se ha convertido en el tercer país importador de queso manchego, a pesar de que sólo lleva tres años demandando este producto. Sin embargo, el principal problema al que se enfrenta el Consejo en este país es que en muchas ocasiones es imitado en terceros países como México y Uruguay que venden sus productos como queso manchego, a precios más baratos, sin que tenga nada que ver.

Pero este fraude no sólo se da en el extranjero, también en el ámbito nacional se producen irregularidades, principalmente en Cataluña, aunque, según Altares, es muy difícil controlar esta situación.

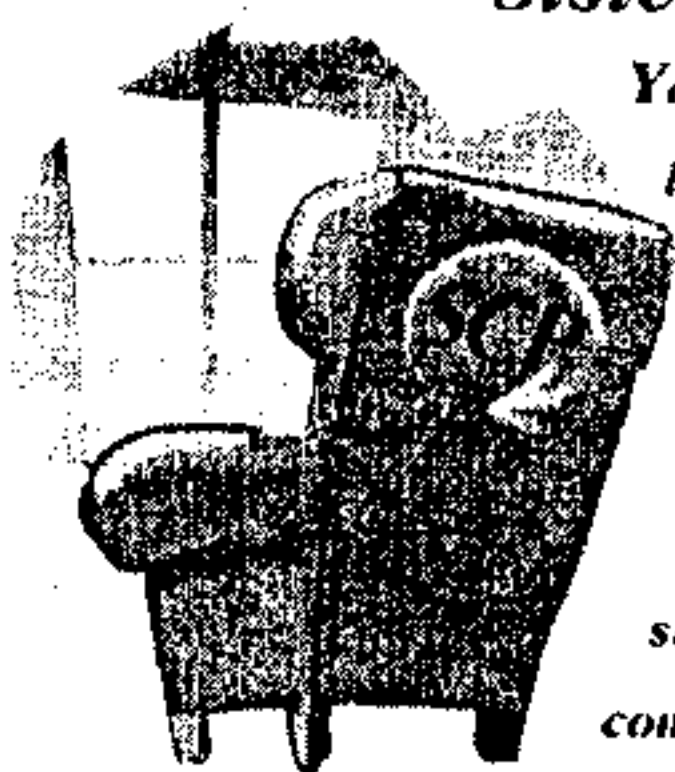
Las declaraciones de intenciones resultan hoy una práctica bastante frecuente dentro del sector agrario. Muchas de ellas se quedan en falsos empeños y tan sólo unas pocas alcanzan los fines propuestos. Las cooperativas tampoco son ajenas a estas circunstancias y, que se conozca, son prácticamente inexistentes los ofrecimientos que en Castilla-La Mancha llegan, o se gestionan, para vender con garantías los productos que elaboran.

Ante estas perspectivas resulta reconfortante comprobar cómo la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas Agrarias y unas grandes superficies comerciales han firmado un acuerdo para aumentar en sus centros las ventas de productos agrarios producidos por los socios de aquellas sociedades hasta un importe de mil millones de pesetas. Hasta ahora, los suministros que aportaban estas 534 cooperativas andaluzas superaban los 600 millones de pesetas anuales destinados a la compra de leche, frutas y hortalizas, alimentos secos y carne.

Actuaciones como la que acaban de concretar las cooperativas andaluzas sirven, en definitiva, para aumentar su productividad y reforzar el tejido social y económico donde se desenvuelven estas sociedades. Conductas similares pueden también intentarse en Castilla-La Mancha donde el censo de grandes superficies es bastante notable, similar al de la oferta de productos que pueden aportar nuestras cooperativas. El escaparate temporal en unos grandes almacenes, por muy costoso que haya resultado a la Administración regional, no parece la solución, si luego comprobamos que los productos que esa misma superficie vende durante todo el año son de otras latitudes.

Domingo CENTENO

EL
OLMO
DE LA
COMODIDAD



Sistema de Compra Personalizado.

Ya no tendrá que adaptarse más a las limitaciones de las tarjetas convencionales. Olvídense de la rigidez de los débitos a secas y de los créditos prefijados. A partir de ahora, su tarjeta de La Caja Rural con el SCP, será la que se adapte a usted dándole la posibilidad de que sobre la marcha y en función a sus posibilidades se fije la forma de pago que más le convenga para cada una de sus compras en función de su importe.

SCP

SISTEMA DE COMPRA PERSONALIZADO

CAJA RURAL