

CONSUMO | INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

La Junta destaca el papel que juega Mercadona para dar más venta al queso manchego

La compañía comercializa más de 300.000 kilos de la Denominación de Origen y ahora amplía la gama

MARCELO ORTEGA / ALBACETE

Las circunstancias del año en curso y las turbulencias creadas antes por el Bréxit y la subida de aranceles aplicada en Estados Unidos no han dejado un camino fácil para la industria agroalimentaria, y aunque en el caso del queso manchego el negocio exterior ha podido mantenerse, toca al mercado nacional hacer de soporte para la posible bajada de las exportaciones. En esa tarea ha ayudado que desde hace un año Mercadona tiene en sus línea queso de la Denominación de Origen Queso Manchego y ahora amplía la gama. Más de 300 supermercados de la marca tienen el producto estrella de la región, y la comercialización de queso manchego en dichos espacios supera los 300.000 kilos, en tiendas tanto de España como de Portugal.

Las cifras las daba ayer el consejero de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural, Francisco Martínez Arroyo, que visitó Albacete capital para reunirse con José Ruiz, director territorial de Mercadona en Castilla-La Mancha. El consejero decía que «era muy importante que este producto entrara en lineales de la primera empresa de distribución alimentaria en España, ha si-

do muy útil la presencia en Mercadona estos meses de dificultad, donde el queso ha sufrido puesta en marcha de aranceles en Estados Unidos, o la incertidumbre del Bréxit; hemos tenido que revisar el foco de actuación de la Denominación de Origen, dirigiéndola de manera prioritaria al mercado nacional». Una tercera parte del negocio de la D.O. está en España, y uno de cada tres quesos se venden en Estados Unidos, destacó el consejero del Gobierno de Castilla-La Mancha.

DOS MARCAS. El queso de la D.O. que desde hace un año se ofrecía en los supermercados de Mercadona es el de Cristo del Prado, de Madridejos, elaborado con leche pasteurizada, y a partir de ahora se comercializará también un queso hecho con leche cruda de oveja, producido por Artequeso, de Tembleque. José Ruiz, director territorial de Mercadona, agradecía el papel del consejero de Agricultura para que esta comercialización sea un hecho, «él ha sido juez y parte para que el queso manchego esté en los lineales», dijo. Ruiz destacó que la apuesta por el queso manchego no es la única que la compañía hace para la región, y de hecho



El consejero Francisco Martínez Arroyo y José Ruiz, director territorial de Mercadona en la región. / JCCM

EN DETALLE



FRANCISCO MARTÍNEZ
CONSEJERO DE
AGRICULTURA

«Hemos sido fieles a la elaboración del queso en los últimos siglos»

69

Queserías en la D.O.

EL CONSEJERO de Agricultura de Castilla-La Mancha, Francisco Martínez, destacó la buena salud de la Denominación de Origen Queso Manchego, dado que su producción alcanzará este año un récord de alrededor de 17 millones de kilogramos, «son un millón más que en 2019», y hay 69 queserías ya en la producción, dos más. Para Francisco Martínez Arroyo son datos que apuntan a las «buenas perspectivas» del sector, y destacaba además el alto precio de la leche de oveja manchega que se usa: «ha superado los nueve euros por hectogramo de extracto quesero, es un precio que no se alcanzaba desde 2017».

subrayó que en 2019 hizo compras a proveedores de Castilla-La Mancha por valor de 1.863 millones de euros. La compañía trabaja con firmas como como Incarlopsa, la cooperativa Virgen de las Viñas,

Champinter y Mercomancha. Este negocio que Mercadona tiene con empresas de la comunidad supone «inversión, empleo indirecto, riqueza que se genera en la región», indicó Ruiz, que aludió a los planes

de la marca: «Invertiremos 40 millones en Castilla-La Mancha, enfocados principalmente en la reforma y cambio de tiendas para llevarlas al nuevo modelo que ya funciona en algunas poblaciones».

EMPRESAS | GALARDONES DE LA CONFEDERACIÓN FEDA

FEDA entregará sus premios San Juan el próximo 3 de diciembre

REDACCIÓN / ALBACETE

La celebración de la 21 edición de los Premios Empresariales San Juan de FEDA ya tiene nueva fecha, el 3 de diciembre. Los premios quedaron suspendidos en sus fechas tradicionales de mayo y junio, debido a la crisis sanitaria, y ahora, «siguiendo siempre los protocolos que marca la normativa», FEDA toma la convocatoria, en una edición especial denominada *Contigo*, y que tendrá lugar en el hotel Beatriz, con el patrocinio de Glo-

balcaja. FEDA informó ayer de que «se están valorando las propuestas» y los merecedores de los premios se darán a conocer el 3 de noviembre. Unos premiados que reflejarán «el reconocimiento por el esfuerzo empresarial y social en la crisis sanitaria».

FEDA explicó que podría haber planteado definitivamente la suspensión de esta edición, «pero el compromiso de sus colaboradores y la vocación conjunta de reconocer el mundo empresarial de Albacete y la solidaridad de su sociedad

han hecho que la edición se retome ahora, siempre y cuando la situación sanitaria lo permita». *La Tribuna* es una de las entidades colaboradoras de los premios, junto a CaixaBank, BBVA, Banco Sabadell, Liberbank, Eurocaja Rural, Diputación, Soliss Seguros, Beatriz Hoteles, Banco Santander y el Ayuntamiento de Albacete. Fundación Globalcaja-Albacete es colaborador en la Mención Especial del Jurado, y la Obra Social La Caixa colabora en el Premio a la Responsabilidad Social.



Galardonados y entidades colaboradoras en los premios de 2019. / J.M. ESPARCIA