



Juan Martínez Majo

«Los productos de León deben de liderar la capitalidad gastronómica»

CRISTINA FANJUL

Convenido de la potencialidad del sector agroalimentario como fuente de riqueza para el área rural, el presidente de la Diputación repasa en esta entrevista las principales líneas de acción que el Palacio de los Guzmanes desarrolla para promocionar la despensa autóctona.

—Si León consiguiera convertirse en Capital Española de la Gastronomía sería una ocasión trascendental para que los productos de León logren expandir sus mercados en España y en el mundo... ¿Qué supondría según su opinión y cómo debería cambiar la industria? Y me refiero a todos los sectores de la cadena.

—La consecución para León de la Capital Gastronómica en el año 2018 sería un empujón significativo para la ciudad y la provincia desde el punto de vista turístico. El enorme impacto de una distinción de estas características, tal y como ha pasado en anteriores ediciones en otras ciudades, supone incrementos relevantes del número de visitantes a los que tenemos que convencer y enamorar. Es, por tanto, una ocasión ideal para mostrar todo el potencial de nuestra gastronomía. Y aquí debemos conseguir que ese protagonismo gastronómico lo lideren los Productos de León. Todos estamos comprometidos y debemos implicarnos porque serán el escaparate de nuestra ciudad, nuestra provincia.

—El sector tiene ahora su principal cita con los Productos de León, ¿qué novedades habrá este año?

—La Feria de Productos de León ya es una muestra consolidada, referente en la provincia y en la Comunidad. Podemos decir, incluso, que somos la principal propuesta del sector agroalimentario que existe hoy en día en Castilla y León. En estos 24 años hemos logrado, además, que sea el escaparate elegido por los productores para ofrecer las novedades que van a estar en el mercado, así como un lugar de presentación de nuevos emprendedores que deciden apostar por los productos artesanales. En esta edición, como en anteriores, habrá presentación de nuevos productos, de nuevas empresas que se incorporan a Productos de León pero, sobre todo, destacaríamos que, por primera vez, presentaremos las Delicias del Convento con los productos elaborados por las monjas del Monasterio de Nuestra Señora de Belén, ubicado en Toral de los Guzmanes. Hemos logrado que ‘abandonen’, por unas horas, su entorno y que ofrezcan a todos los visitantes sus productos. Son un ejemplo de esa actividad tan arraigada en nuestro medio rural y que conocemos desde hace años, pero que habitualmente no va más allá de las paredes de sus conventos o de su pueblo.

—León cuenta con una despensa autóctona que atesora 16 figuras de calidad, ¿qué otros productos podrán incorporarse a ese elenco en los próximos años?

—El último ejemplo ha sido la Cereza del Bierzo. Estamos trabajando, conjuntamente con la Universidad y con las asociaciones de productores, en la elaboración de los estudios necesarios para ayudar a que el garbanzo de pico pardal y los quesos de León, por poner dos ejemplos, logren alguno de los marchamos de calidad. Pero, nuestra labor también es respaldar y apoyar al tomate de Mansilla, la Miel de León y a que logren ese impulso necesario para ganar presencia en los mercados más allá de la provincia.

—Explíquenos la importancia económica de la Diputación en la promoción de la agroalimentación y de qué manera ha contribuido al desarrollo de la industria.

—La gran labor de la Diputación ha sido la creación, hace más de 20 años, de la marca Productos de León. La puesta en marcha de esta vitola supuso un punto de inflexión que, con el paso del tiempo, se ha confirmado como una acertada decisión. Entonces, apenas 10 empresas formaban parte de ella y hoy, sin embargo, alrededor de 500 están cobijadas bajo el paraguas de Productos de León. Nuestra gran apuesta ha sido, es y será ayudar a nuestras empresas a que estén presentes en los mercados, quitarles el miedo a buscar nuevos horizontes

y divulgar las excelencias de nuestros productos. Y creo que lo hemos logrado pues la marca Productos de León ya es conocida y reconocida a nivel nacional. En esta línea seguimos a través de promociones en punto de venta, directamente con los consumidores, como las realizadas en los últimos años en los establecimientos de Carrefour de Madrid y Bilbao, además de los propios de la provincia. Pero, además, estamos siempre al lado de los consejos reguladores a los que destinamos casi 200.000 euros anuales para que pongan en marcha iniciativas de promo-



Generar empleo, revitalizar la economía y abrir nuevos caminos a la industria de la agroalimentación están entre las prioridades del presidente de la Diputación. Y es que no puede perderse de vista un dato esencial: el sector es uno de los que más exporta en la provincia y los empresarios de los productos de León no pierden de vista la importancia del mercado internacional. El volumen de ventas ascendió de enero a julio a casi 90 millones de euros

El emprendimiento se extiende en el sector agroalimentario

«Es cierto que todas las ayudas, por así decirlo, son insuficientes», reconoce el presidente. Explica, no obstante, que a través del Plan de

Emprendedores ha duplicado este año la cuantía para fomentar el emprendimiento en el mundo rural. «Y es cierto, que año tras año, constatamos que se incrementa el número de iniciativas vinculadas al sector agroalimentario, con especial

relevancia, en la elaboración de quesos». Majo, además, recalca que colaboran con los estudios para fomentar la consecución de marcas de garantía para el garbanzo pico pardal y los quesos, «algo que, sin duda, redundaría en la generación

de actividades empresariales y garantizaría el asentamiento de población en las zonas rurales». La Diputación también ayuda económicamente a impulsar nuevas variedades del lúpulo, más adaptadas a las exigencias del mercado, que igualmente favorecería la llegada de los jóvenes a este sector. «Son sólo ejemplos de las muchas líneas de acción que estamos llevando a cabo desde la Diputación para favorecer el desarrollo del sector primario y facilitar la transformación a través de iniciativas empresariales».