

# Galicia

ENTREVISTA ANTONIO MÉNDEZ, PRESIDENTE DE LA DO MONTERREI

## “Nos llamaban la cenicienta gallega y somos un referente”

El presidente del consejo de la Denominación de Origen Monterrei destaca el posicionamiento logrado por sus vinos y sus planes para elaborar reservas y crianzas.

**VIVER DE FRANCISCO.** Lleva un año al frente de la Denominación de Origen (DO) Monterrei y continúa apostando por un modelo de gestión basado en la profesionalidad y volcado en la promoción. Antonio Méndez (Verín, 1977) es enólogo y máster en Marketing del Vino y en Viticultura y Enología.

**Pregunta:** ¿Cuál es el momento actual de la Denominación de Origen Monterrei? Desde fuera se percibe que ha dejado de ser la eterna promesa de las DO de Galicia y que vive una etapa de expansión.

**Respuesta:** La promesa es ya una realidad contrastada. En ocasiones, algunos críticos del sector nos denominaban la “cenicienta gallega”. Los resultados obtenidos en las Catas de los vinos de Galicia, organizadas por la Consellería de Medio Rural, han situado a Monterrei como un referente de los vinos gallegos de calidad dentro y fuera de nuestra comunidad. Esto se debe a la apuesta firme del Consello Regulador por no permitir uvas que en su día se implantaron en la comarca después de la invasión filoxérica, como son las variedades alicantina y jerez.

**P:** El Consello Regulador acaba de aprobar la modificación del Reglamento de la Denominación de Origen, con el objetivo de ampliar productos, variedades y superficie de cultivo. ¿Confían en que Medio Rural autorice los cambios propuestos?

**R:** En primer lugar, la modificación del Reglamento busca la adhesión de otros dos ayuntamientos de la comarca, Riós y Vilardevós, a esta Denominación. La solicitud llevaba varios años en espera y la hicimos nuestra. Por otra parte, para asegurar la calidad de la uva, vamos a reducir la cantidad de producción por hectárea, que baja de 12.000 a 10.000 kilos en variedades blancas y de 10.000 a 10.000 en tintas. Otra propuesta muy importante es la que nos conducirá a elaborar los primeros reservas y crianzas de Galicia en tintos. A esta DO se le concedió hacer vinos de barrica, pero queremos dar un salto más. Ya tenemos vinos que cum-



Antonio Ángel Méndez, presidente del Consello Regulador de la Denominación de Origen Monterrei.

### El objetivo está en dos millones de kilos de uva

El próximo desafío de la Denominación de Origen Monterrei es el de consolidar una producción de dos millones de kilos de uva (en 2007 se recogieron 1,3 millones de kilos), que equivaldrían a dar salida a 1,8 millones de botellas/año. Antonio Ángel Méndez anticipa que “treceremos poco a poco, pero sin olvidarnos nunca de la calidad” y añade que en los cuatro primeros meses de 2008 ha aumentado un 50% el número de contra etiquetas entregadas, en comparación con el primer cuatrimestre de 2007.

El presidente de la DO Monterrei sólo echa en falta “más promoción para dar a conocer

nuestros productos”. En ese proceso de difusión resalta que es clave el apoyo de la Administración: “Debemos hacer de Monterrei una marca que implique demanda por parte de los consumidores. Por eso la ayuda que la Consellería de Medio Rural nos está proporcionando es esencial”. Méndez considera que la evolución cualitativa del vino se debe, además de a condiciones naturales, a la reestructuración de viñedos, adaptando el antiguo sistema de conducción en vaso al sistema de espalderas, que permite una mejor mecanización del viñedo y una mayor insolación y actividad fotosintética.

pleno todos los requisitos de crianzas y que lucen el más alto reconocimiento internacional, por lo que sólo sería darle nombre. En blancos también queremos elaborar vinos dulces. No esperamos ningún “pero” por parte de Medio Rural, al contrario que en la propuesta de incluir dos nuevas variedades, *sousón* y *albariño*, porque hay por medio una ley superior y la OCM del Vino. Todos los cambios fueron aprobados por el consello y ahora esperamos el visto bueno de la consellería.

**P:** En viticultura siempre se habla de la trascendencia de los canales de distribución. ¿Qué iniciativas planea o tiene en marcha el consello para potenciar la comercialización y las exportaciones?

**R:** Lo fundamental es seguir creyendo en lo que hacemos

“ Ya tenemos vinos que cumplen todos los requisitos de crianzas ”

“ Debemos hacer de Monterrei una marca que demande el consumidor ”

“ Empresarios de fuera ven mejor las posibilidades de negocio de esta Denominación ”

y apostar por la calidad de la Denominación de Origen, profesionalizando el sector y promocionando nuestros vinos en el extranjero. Actualmente estamos ultimando la Feria del Vino de Monterrei, que tendrá lugar los días 9 y 10 de agosto y haremos nuevas presentaciones.

**P:** La Denominación encandila a inversores y a empresarios, por ejemplo, Hídalgo, Verino o Jove, ¿está de moda? **R:** Muchas veces no somos profetas en nuestra tierra y, en cambio, desde fuera se ven mejor las posibilidades de negocio. Es algo muy típico de los gallegos. Para la DO es un buen escaparate porque son empresas que tienen grandes redes de distribución que posicionan los vinos de Monterrei en mercados emergentes y en aquellos más consolidados.

### OPINIÓN

## Cómo evitar el efecto dominó

Marta Costas  
Directora de SPR Abogados

Imaginemos un gran tablero con piel de toro, imaginemos 40 millones de piezas de colores en movimiento empujándose unas otras, imaginemos a un grupo de personas que corren enloquecidas de un lugar a otro intentando detener el efecto dominó. Si en lugar de fichas ponemos empresas y les damos nombres de promotoras, constructoras, proveedores, trabajadores, bancos y compradores, ya nada tenemos que imaginar. Que una serie de hechos y procesos correlativos se relacionen entre sí de modo que las consecuencias de la interacción sean cada vez mayores, parece responder al dibujo actual. A resultas de la ley del suelo, los planes urbanos, el endurecimiento de la legislación en el control de la calidad de la construcción o las hipotecas basura, nos vemos atrapados en este efecto endiablado. ¿Qué puede hacer una empresa para detener la situación? Calma y negociar. Los que han puesto material o trabajo en una obra pueden llegar a convenios con el dueño en lugar del contratista; tienen una acción directa para exigirlo. En los casos más graves de insolvencia, lo aconsejable es una solución global, el concurso. Desterrando el estigma que parece llevar la palabra quiebra y procurando llegar a tiempo, no para liquidar, si no para pactar rebajas y demoras. Cada caso precisa su receta. Alisar y detener, sin correr tras una ficha de color.

SPR SANTOS, POUSA,  
RODRÍGUEZ, Abogados

### UN 9% MÁS

## Asepeyo crece entre los autónomos gallegos

EXPANSIÓN.Vigo

La mutua registró el año pasado de nuevo un aumento en el número de autónomos afiliados. De los 93.964 trabajadores afiliados en la comunidad, 9.689 pertenecen a ese colectivo que aportó unos ingresos por cuotas de 3,25 millones de euros, lo que supone un incremento del 9,02% sobre el año 2006.

En conjunto, Asepeyo

ingresó en Galicia más de 61 millones de euros, de los que 45,7 millones correspondieron a cuotas por accidentes de trabajo y 15,5 millones más a las de contingencias comunes.

La mutua ha nombrado recientemente como directora regional a Romina González-Doposo. En Galicia, Asepeyo tiene 6 centros asistenciales y dos oficinas de atención.

**OPORTUNIDAD**  
de  
**INVERSIÓN**  
en  
SANTIAGO DE COMPOSTELA  
**APARTAMENTOS**  
VPA  
para ALQUILER  
RENTABILIDAD ESTIMADA ANUAL **15%**  
902 999 761

