

FICHAS DE MODELO DE NEGOCIO

Oportunidades para el desarrollo de la agricultura periurbana en Asturias

TRANSFORMACIÓN DE LÁCTEOS

Elaboración artesanal y posterior
comercialización de yogur, arroz con leche
y queso fresco/requesón



Consorcio
Montaña Central

FINANCIADO:



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural.
Europa invierte en las zonas rurales.



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN
Y MEDIO AMBIENTE



GOBIERNO DEL
PRINCIPADO DE ASTURIAS
CONSEJERÍA DE DESARROLLO RURAL
Y RECURSOS NATURALES



ÍNDICE

1 Descripción de la actividad y de los productos	4
1.1 INTRODUCCIÓN	4
1.2 DESCRIPCIÓN	4
2 Aspectos técnicos para el inicio de la actividad	6
2.1 NORMATIVA ESPECÍFICA	6
2.2 INSTALACIONES NECESARIAS	6
2.3 PROCESOS DE PRODUCCIÓN, MAQUINARIA Y MEDIOS DE TRABAJO	8
2.4 FABRICANTES Y DISTRIBUIDORES	9
2.5 AUTORIZACIONES	9
2.6 NECESIDADES FORMATIVAS	10
2.7 CERTIFICACIÓN ECOLÓGICA	10
3 Aspectos comerciales y empresariales	11
3.1 MERCADO	11
3.2 COMPETENCIA	12
3.3 COMERCIALIZACIÓN	12
4 Acciones comerciales	14
4.1 PLANIFICACIÓN COMERCIAL	15
5 Plan económico financiero	16
6 Otras informaciones de interés	21
6.1 AYUDAS PÚBLICAS	21
6.2 ORGANIZACIONES Y ASOCIACIONES PROFESIONALES	21
6.3 FERIAS AGROALIMENTARIAS	22
6.4 BUENAS PRÁCTICAS	22

1 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD Y DE LOS PRODUCTOS

1.1 Introducción

Este documento detalla un ejemplo de modelo de negocio que pretende ser útil para plantear la viabilidad y primeras cuestiones económicas previas a la creación de una empresa de transformados lácteos.

En concreto se propone elaborar de forma artesanal varios productos, teniendo en cuenta la posibilidad de que el emprendedor disponga de su propia ganadería y quiera apostar por otra vía de ingresos, aportando la materia prima (leche fresca de vaca). En todo caso es conveniente que al menos conozca el sector; porque forme parte del entorno familiar/tradicional, por vivir en las proximidades de alguna explotación ganadera, contar con experiencia y profesionalidad suficiente, haber trabajado en temas de producción de leche, fabricación o comercialización de lácteos, disponer de estudios relacionados con el área de la tecnología de alimentos, etc.

Se descarta inicialmente que la producción principal sea el queso tradicional, debido a que es un producto muy comercializado en la región en sus diferentes tipos y variantes. Además, existen muchas queserías conocidas de gran trayectoria artesanal que sin duda suponen una competencia directa a salvar, por lo que sería más difícil posicionarse y buscar un hueco en este mercado.

Con el fin de diversificar el negocio a futuro, se podría contemplar esa posibilidad y además comercializar otros tipos de postres caseros, siempre aportando algo innovador, que destaque en el mercado, para atraer la atención de los consumidores y conseguir el éxito comercial.

El planteamiento para poner en marcha la actividad, consiste en disponer de una capacidad de procesamiento de leche de vaca cruda de 300 litros al día y realizar una inversión de 100.000€, de los cuales un 25-30% deberían proceder de recursos propios y el resto, por ejemplo, de un préstamo bancario. Las previsiones suponen amortizar esta inversión en un plazo de 5 años, cubrir todos los gastos y alcanzar el punto de equilibrio, como mínimo durante el primero.

En periodos sucesivos habría que incrementar la producción al menos un 10% al año para conseguir un porcentaje de rentabilidad del 6 al 12%, por lo que es fundamental realizar una importante labor comercial.

1.2 Descripción

Un derivado lácteo es *“un producto obtenido a partir de la transformación de la leche, que puede contener aditivos alimentarios y otros ingredientes funcionalmente necesarios para su elaboración”*, dando lugar a diversidad de productos procesados como suero lácteo, leche condensada, nata, mantequilla, mazada, queso, yogur, kéfir, etc.

El caso que se propone pretende generar alternativas al sector de transformados lácteos para impulsar el desarrollo empresarial en la región. En concreto, el modelo a seguir sugiere la creación de una empresa basada en tres líneas de negocio: elaboración, producción y comercialización de yogures, arroz con leche y queso fresco/requesón, con la característica de hacerlo de modo artesanal, empleando como materia prima la leche recién ordeñada y otros ingredientes totalmente naturales, sin aditivos ni añadidos artificiales, tal y como se hacía tradicionalmente en las zonas rurales.

YOGUR

En España la normativa vigente define el yogur como *el producto de leche coagulada obtenido por fermentación láctica mediante la acción de *Lactobacillus delbrueckii subsp. bulgaricus* y *Streptococcus thermophilus* a partir de leche o de leche concentrada, desnatada o no, o de nata, o de mezcla de dos o más de dichos productos, con o sin la adición de otros ingredientes lácteos, que previamente hayan sufrido un tratamiento térmico u otro tipo de tratamiento, equivalente, al menos, a la pasteurización. El conjunto de los microorganismos productores de la fermentación láctica deben ser viables y estar presentes en la parte láctea del producto terminado en cantidad mínima de 1 por 107 unidades formadoras de colonias por gramo o mililitro.* (R.D. 271/2014, de 11 de abril, por el que se aprueba la Norma de Calidad para el yogur o yoghurt)

La normativa también regula el yogur pasteurizado después de la fermentación. Es decir, *el producto obtenido a partir del yogur que, como consecuencia de la aplicación de un tratamiento térmico posterior a la fermentación equivalente a una pasteurización, ha perdido la viabilidad de las bacterias lácticas específicas.*

Por tanto el proceso de elaboración de yogures se realiza mediante la fermentación bacteriana de la leche, por el que se pueden obtener los siguientes tipos: naturales, azucarados, con frutas, zumos y/u otros productos naturales, edulcorados, aromatizados y pasteurizados después de la fermentación.

ARROZ CON LECHE

Es el postre tradicional asturiano que se prepara cocinando lentamente el arroz en leche pasteurizada. La característica artesanal consiste en revolver la mezcla de modo manual durante todo el proceso e ir añadiendo poco a poco los ingredientes: azúcar, ralladura de limón, anís y canela hasta que alcance la consistencia adecuada. El punto final se le da una vez frío, con azúcar requemada mediante un hierro candente, de modo que la superficie quede caramelizada y crujiente.

Su elaboración no cuenta con una normativa específica, salvo la que regula la transformación de productos lácteos.+

QUESO FRESCO

La Norma de calidad para la elaboración de los quesos y quesos fundidos (R.D. 113/2006, de 29 de septiembre <http://boe.es/boe/dias/2006/10/06/pdfs/A34717-34720.pdf>) entiende por queso *el producto fresco o madurado, sólido o semisólido, obtenido de la leche, de la leche total o parcialmente desnatada, de la nata, del suero de mantequilla o de una mezcla de algunos o de todos estos productos, coagulados total o parcialmente por la acción del cuajo u otros coagulantes apropiados, antes del desuerado o después de la eliminación parcial de la parte acuosa, con o sin hidrólisis previa de la lactosa, siempre que la relación entre la caseína y las proteínas séricas sea igual o superior a la de la leche.*

En concreto, el queso fresco que se propone producir queda definido por la norma como *el que está dispuesto para el consumo al finalizar el proceso de fabricación.*

2 ASPECTOS TÉCNICOS PARA EL INICIO DE LA ACTIVIDAD

La industria de la alimentación y bebidas tiene una normativa estricta de directa aplicación que cualquier promotor, independientemente del tamaño de la empresa o de sus instalaciones, ha de cumplir obligatoriamente.

Puede consultarse la legislación completa a través de la web de información de la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN) <http://consumo-inc.gob.es/>, también desde el sitio web del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente:

http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/legislacion/recopilaciones-legislativas-monograficas/leche_y_p_lacteos.aspx, o desde el sitio web: <http://eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=es> para los reglamentos comunitarios.

2.1 Normativa específica



Es de utilidad leer el Plan Coordinado de Control de la Cadena Alimentaria del Principado de Asturias que se encuentra disponible para descarga a través de la página <https://goo.gl/thV2hG>

- Norma de Calidad para el yogur o yoghurt R.D. 271/2014, de 11 de abril que tiene por objeto establecer las normas básicas de calidad para la elaboración y comercialización del yogur. <http://www.boe.es/buscar/pdf/2014/BOE-A-2014-4515-consolidado.pdf>
- Norma de Calidad para la elaboración de los quesos y quesos fundidos R.D. 113/2006, de 29 de septiembre <http://boe.es/boe/dias/2006/10/06/pdfs/A34717-34720.pdf>
- R.D. 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios <http://www.boe.es/buscar/pdf/1999/BOE-A-1999-17996-consolidado.pdf>

2.2 Instalaciones necesarias

Desarrollar la actividad requiere disponer de un local exclusivo para tal fin, ya que la legislación vigente no contempla la posibilidad de llevar a cabo la producción en domicilios particulares. Las instalaciones y los equipos han de respetar unas condiciones de higiene, diseño y construcción específicas y han de permanecer en buen estado de conservación pasando un mantenimiento periódico.

El emplazamiento de las instalaciones destinadas a la transformación de productos derivados de la leche debe contar con un espacio de trabajo suficiente (como mínimo se estima entre 50-60 m²) para permitir la realización de todas las operaciones y han de estar construidas para garantizar las condiciones higiénico-sanitarias que exige la normativa.

De forma general se tendrán en cuenta los siguientes aspectos técnicos, que además deberán quedar reflejados en el respectivo proyecto, imprescindible para solicitar la licencia de apertura de la actividad:

CONSTRUCCIÓN

Los materiales empleados para la construcción de paredes y suelos han de ser lisos y fáciles de desinfectar y limpiar. Los suelos dispondrán de un desagüe y pendiente de evacuación suficiente. Las puertas y ventanas han de estar debidamente protegidas para impedir la entrada de insectos

ILUMINACIÓN

Luz natural o artificial para el desempeño normal de la actividad.

VENTILACIÓN

Natural o mecánica suficiente y adecuada para evitar altas temperaturas.

AGUA

Potable fría y caliente. En caso de utilizar agua no potable para otros fines ha de estar canalizada por tuberías señalizadas, sin que exista conexión entre conductos de una y otra clase.

ESPACIO

Distribuido en salas para evitar la contaminación del ambiente y de los diferentes productos.

RESIDUOS y VERTIDOS

Los residuos orgánicos han de depositarse en contenedores de tapa conservados en condiciones adecuadas de higiene y ubicados en un lugar aislado. Los restos de productos o materias primas de origen animal son considerados subproductos y han de ser identificados y separados del resto de residuos para que sean eliminados o aprovechados higiénicamente por empresas autorizadas.

Los vertidos resultantes de la limpieza de la maquinaria y de las instalaciones han de pasar un proceso de depurado, previo a verterlos a la red general o a la fosa séptica. Las redes de evacuación de las aguas residuales han de estar concebidas para evitar todo riesgo de contaminación (desagües, rejillas, etc.).

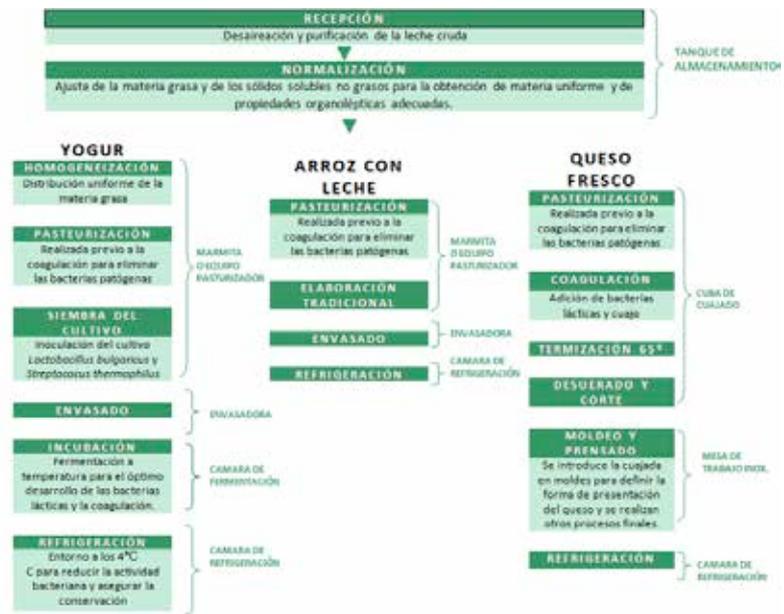
SERVICIOS HIGIÉNICOS

Las instalaciones han de contar con un espacio destinado a los trabajadores, con lavabos para la desinfección de manos e inodoros con cisterna conectados a una red de evacuación eficaz, en número suficiente y en un espacio independiente ya que no pueden comunicar directamente con las salas de manipulación de los productos alimenticios.

La inversión para la adecuación de estos espacios depende de la superficie del local disponible, su estado de conservación, las calidades de los materiales a emplear, honorarios del técnico redactor del proyecto, el municipio en el que se ubique para el pago de licencias, etc..

2.3 Procesos de producción, maquinaria y medios de trabajo

De modo simplificado y para una fácil comprensión, se muestra el diagrama de flujo de las fases de elaboración de cada producto y la maquinaria que se precisa:



A continuación se hace una descripción de la maquinaria y la valoración económica del importe que supone su adquisición y los medios de trabajo necesarios para el comienzo de la actividad:

		PRECIO
MAQUINARIA	1 Tanque de 300l. para almacenamiento y conservación de la leche fresca	3.000€
	2 Marmitas o equipos pasteurizadores completos de 100l	4.000€
	2 Cámaras independientes para la fermentación y refrigeración de los productos	8.000€
	1 Tanque hermético, pasteurizador y cuba de cuajado de 250l	2.500€
	1 Envasadora para 1.000 ud/día	14.000€
	Bombas centrífugas, caldera, dosificador, etc.	3.000€
	TOTAL	34.500€
MOBILIARIO	En la zona de elaboración se dispondrá de una mesa de acero inoxidable para llevar a cabo todas las operaciones manuales, estanterías, fregadero y algún mueble de cocina y en el local destinado a la venta al público un mostrador, expositores y 2 sillas.	2.000€
UTILLAJE	Se necesitarán recipientes, moldes, bandejas y utensilios de acero inoxidable.	1.000€
INDUMENTARIA	Ropa de trabajo y seguridad para la industria agroalimentaria (batas, guantes, botas,...)	500€
EQUIPOS INFORMÁTICOS	Ordenador, periféricos, etc.	600€
VEHÍCULO	Furgoneta equipada con cámara de frío o isoterma para la distribución de los productos. El vehículo podría contar también con un depósito de 300l. para el traslado de la leche desde el punto de suministro hasta el local de elaboración si fuera preciso	15.000€
OTROS CONCEPTOS	Cantidad destinada a cualquier otro concepto que pueda necesitarse	600€

Los precios son orientativos y se han obtenido como media del mercado consultando distintos fabricantes y distribuidores de maquinaria y equipos de trabajo, incluso se ha tenido en cuenta el mercado de segunda mano. A modo de ejemplo se puede contactar con:

2.4 Fabricantes y distribuidores

ARTISANIA (Albacete)

<http://www.artisania.es>

Contacto: Sergio Llorente

Venta de maquinaria específica para el sector artesano de la transformación de lácteos

IMPROLAC (Girona)

<http://www.improlac.com>

Maquinaria, instalaciones, sistemas integrados de automatización industrial

REMA (Ciudad Real)

<http://www.instalacioneslacteas.com/>

Especializados en desarrollo y montaje de equipos comple ARTISANIA (Albacete)

<http://www.artisania.es>

JL REFRIGERACIÓN (Asturias)

<http://jlrefrigeracion.com>

Contacto: José Carlos Méndez

Venta de maquinaria industrial para todos los sectores incluyendo el lácteo

TECNOLACTEA (Granada)

<http://www.tecnolactea.com>

Fabricación de maquinaria, ingeniería, automatización y robótica industrial.

GALIPERLA (A Coruña)

<http://www.galiperla.com/>

Equipamiento, maquinaria e Instalaciones para la industria alimentaria.

2.5 Autorizaciones

Para la puesta en marcha de una empresa de producción de alimentos de origen animal, en primer lugar, se ha de consultar la normativa urbanística municipal para conocer si está permitida la actividad en la ubicación precisa donde se pretende instalar el negocio. En caso de que se contemple la posibilidad, se deberá presentar en el respectivo Ayuntamiento la documentación que requieran, comenzando por encargar a un técnico competente la redacción de una memoria o proyecto de adecuación de local y de sus instalaciones, con el objetivo de realizar las obras pertinentes para cumplir con la normativa vigente y solicitar la licencia de apertura.

También será necesario diseñar un sistema de autocontrol permanente basado en los principios del Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico (APPCC). La normativa vigente permite a las empresas pequeñas que cuenten con 10 o menos operarios utilizar "Guías de Prácticas Correctas de Higiene".

Más información:

<http://tematico8.asturias.es/seguridadAlimentaria/guiasHigiene/>

Dada la actividad (manipulación de alimentos de origen animal), será imprescindible solicitar autorización sanitaria para darse de alta en el **Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos (nº RGSEAA)** gestionado por la Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición. Este trámite ha de ser solicitado por el titular de la empresa y/o establecimiento del ámbito alimentario presentando ante la Consejería de Sanidad la siguiente documentación:

- Solicitud en modelo normalizado
- Documentación de titularidad
- Memoria de la actividad
- Documentación sobre el Sistema de Autocontrol para la Seguridad Alimentaria: Análisis de Peligros y puntos de Control Crítico (APPCC)

Más información: <https://goo.gl/ZfNV03>

Por otro lado, se ha de solicitar la inscripción en el Registro Integrado Industrial (RII) a través de la Consejería de Economía y Empleo.

Más información: <https://goo.gl/vnSfFu>

2.6 Necesidades formativas

Respecto a las necesidades formativas de promotores y del equipo, según la legislación actual la empresa, o en su caso el promotor, es responsable de la supervisión y la formación de los manipuladores de alimentos de acuerdo a las necesidades concretas y al ámbito específico de actuación. Esta formación que se exige puede ser impartida por la propia empresa, por entidades que ofrezcan estos servicios, por centros de formación reglada, etc.

Por lo tanto, las empresas alimentarias son las únicas responsables de que la totalidad de sus trabajadores hayan recibido formación adaptada a las necesidades del puesto de trabajo específico que desempeñen para el desarrollo correcto de sus funciones y que, así mismo, conozcan el sistema de APPCC o sepan aplicar las guías de prácticas correctas de higiene.

MANIPULADOR DE ALIMENTOS

La Consejería de Sanidad ha promovido la edición de un paquete de materiales didácticos con el fin de proporcionar herramientas necesarias y unificar la organización del proceso formativo básico de los manipuladores de alimentos.

Este material está disponible para su descarga a través del siguiente enlace:

http://tematico8.asturias.es/repositorio/seguridad-alimentaria/articulos/articulo_1184056059812.html

2.7 Certificación ecológica

La certificación del Consejo de la Producción Agraria Ecológica del Principado de Asturias (COPAE) ofrece un valor añadido a este tipo de alimentos, y por tanto debe tenerse en cuenta esta posibilidad. La certificación ecológica garantiza al consumidor que aquello que va a consumir ha sido producido mediante un sistema respetuoso con el medio ambiente sin productos químicos ni organismos modificados genéticamente, siguiendo las normas de la producción agraria ecológica.

Para obtener dicha certificación los órganos de control realizan un examen exhaustivo a los productos y los operadores a través de un Comité de certificación constituido por técnicos cualificados de la administración del Principado de Asturias.

Los alimentos que obtienen este sello distintivo han de ir identificados mediante el código o logotipo del órgano de control y el sello europeo de la producción ecológica. Esto hace posible que el cliente identifique qué productos han pasado las pruebas y controles de calidad.

Solo aquellos productos que estén certificados pueden contener las denominaciones *ecológico*, *eco*, *biológico*, *bio* y *orgánico*.



Sello europeo de productos ecológicos y sello del COPAE del Principado de Asturias que han de aparecer obligatoriamente en el etiquetado de los productos una vez obtenida la certificación ecológica.

Más información:

http://ec.europa.eu/agriculture/organic/index_es.htm

3 ASPECTOS COMERCIALES Y EMPRESARIALES

3.1 Mercado



Más información en el informe "Alimentación en España" (MER-CASA 2014)

http://www.mercasa-ediciones.es/alimentacion_2014/

No existen datos fiables del mercado potencial dentro del sector de producción artesanal alimentaria. Para obtener una idea general se puede hacer un doble enfoque; macro, analizando los datos del sector del ámbito nacional, y micro, a través del estudio comparativo de empresas del sector.

Según cifras del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente la producción de derivados lácteos (principalmente yogur) en España se ha mantenido constante en los últimos años con unas cifras aproximadas de 700 mil toneladas anuales. Con respecto a los datos de consumo, según estadísticas del pasado año 2014, el consumo per cápita de derivados lácteos fue de 35,35 kg y de yogur en concreto de 9,89kg. En el caso de Asturias la media aumenta y este consumo se sitúa en torno a los 14 kg per cápita.

Sin embargo, por lo que se refiere a la materia prima, según datos del Fondo Español de Garantía Agraria, el precio que se paga a los productores de leche ha vuelto a caer en abril de 2015 tras quince meses de recortes, situándose en el más bajo de los últimos 10 años. En este sentido, en Asturias, la cotización media de la materia prima en origen se situó próxima a los 29 céntimos por litro, un 25 % menos que en el año 2014 en el que los ganaderos llegaron a cobrar unos 38 céntimos por litro.

Este panorama es muy desfavorable para la mayoría de los productores asturianos que no llegan a cubrir los gastos de su explotación ganadera, y desde este punto de vista la idea de emplear su propia leche para elaborar productos derivados y comercializarlos es una alternativa a valorar, pues conlleva un mejor aprovechamiento de los recursos así como una posibilidad de mantener la ganadería y hacerla rentable.

3.2 Competencia

En España existen numerosas empresas que se dedican a la elaboración de productos lácteos de manera artesanal, la mayor parte son microempresas que cuentan con menos de 10 trabajadores. Algunas de ellas se dedican en exclusiva a la fabricación de estos productos, y otras, por el contrario, compaginan esta actividad con la ganadería o la producción de leche, determinadas variedades de queso, etc.

Se ha de tener en cuenta que las grandes industrias de derivados lácteos (como por ejemplo Danone, Central Lechera Asturiana, Nestlé, etc.), a pesar de no fabricar productos con las mismas características que los producidos artesanalmente, suponen una competencia directa, debido, entre otras cuestiones, al posicionamiento de marca y al coste por producto.

Algunas de las iniciativas empresariales de transformación artesanal de lácteos que han surgido en los últimos años en Asturias son:

ASTURIAS			
NOMBRE COMERCIAL	WEB	PRODUCTOS	LOCALIZACIÓN
SANTOLAYA	http://arrozconlechesantolaya.com	arroz con leche, yogur, cuajada	CABRANES
CASERÍA LA MADERA	http://www.caserialamadera.es	arroz con leche, yogur, natillas, flan	SIERO
YOTUR	http://www.yotur.es	arroz con leche, yogur, postre de queso	VALDÉS
LA SAREGANA	http://www.lasaregana.es	yogur, requesón, queso fresco	SARIEGO
LOS CASERINOS	http://loscaserinos.com/	queso, yogur, arroz con leche, cuajada	VILLAVICIOSA
QUESO DE VARÉ	http://www.quesosdevare.com/	queso, yogur	SIERO
LECHE LECHE	http://lecheleche.com	leche, arroz con leche	LLANES

3.3 Comercialización

MARCA COMERCIAL

La marca ha de ser fácil de entender, pronunciar, leer y memorizar; debe evocar sensaciones positivas y en la medida de lo posible sugerir características y beneficios del producto. Ha de ser registrable en la Oficina Española de Patentes y Marcas.

Es recomendable elegir un nombre asociado al producto que se comercializa. En el mercado de los derivados lácteos artesanales se observa que las marcas utilizan:

- El nombre propio de la ganadería (Ejemplo: "Casería La Madera")
- El nombre junto al producto fabricado (Ejemplo: "Yogures Bien Aparecida")
- El lugar de procedencia (Ejemplo: "Santolaya")
- La materia prima de los productos (Ejemplo: "Leche Leche")

LOGOTIPO

Es la imagen que se resalta en la etiqueta de venta y por eso es tan importante como la marca comercial.

Es recomendable encargar su diseño a profesionales, ya que es un elemento fundamental para hacer frente a la competencia. Puede ser un acierto incluir elementos que ayuden a posicionar la marca dentro del segmento deseado, (producto natural, de calidad, elaborado artesanalmente con materia prima originaria de la zona, etc.)

ENVASE Y PACKAGING

El envasado y embalaje forma parte de la imagen del producto. Es una herramienta más del marketing que ha de transmitir los valores de la marca y que también determina el posicionamiento.

Se aprecia que la competencia, por norma general, comercializa sus productos en envases de cristal de 200-250 gr de capacidad y que optan por packaging de papel y cuerda o goma al estilo tradicional, con estampación en la parte superior (algo que resalta el origen natural del producto y el proceso de fabricación artesanal.)

PRECIO

Ha de fijarse en base al coste del producto y al margen de beneficio deseado atendiendo siempre a los precios marcados por la competencia y al segmento en el que se pretende posicionar el producto.

Se propone un precio medio que puede variar en función del número de pedidos y el cliente a conseguir:

PRODUCTO	PRECIO MERCADO sin IVA	PRECIO PROPUESTO a nivel general	DISTRIBUCIÓN		CONSUMIDOR
			HORECA	TIENDAS	LOCAL / ON LINE
Yogur	0,80-1,20	1,00	0,80	1,00	1,20
Arroz con leche	1,00-1,40	1,25	1,00	1,25	1,30
Queso fresco	5,00-7,00	6,00	5,00	6,00	7,00

Si bien para realizar los cálculos de modo simplificado se tomarán los precios medios de venta propuestos, estos deberían ajustarse en función del tipo de cliente. Por ejemplo al canal HORECA¹ se podría hacer un 20% de descuento sobre el precio medio establecido por producto (por ser los que más compran) y sin embargo, a través de Internet, incrementarlo y marcar un número mínimo de pedidos. Además, hay que tener en cuenta que se pueden hacer packs de producto o proponer la venta en lote.

No cabe duda de que en el precio final interviene de forma importante el tipo de presentación de los productos. Por ejemplo, los envases de cerámica o vidrio (los más caros) incrementan el precio, pero son reflejo de calidad y favorecen posicionarse en la gama alta. Por el contrario, los envases de plástico (más económicos comercialmente) permiten comercializar el producto con un precio más asequible y dirigirse así a todo tipo de consumidor. Por lo tanto, si cambia el formato de presentación también los potenciales clientes a los que va dirigido.

¹ Acrónimo de hoteles, restaurantes y cafeterías.

4 ACCIONES COMERCIALES

Este informe sirve para tener una primera idea sobre la viabilidad de una iniciativa similar. Antes de tomar cualquier decisión es recomendable conocer cómo funciona el mercado de productos lácteos. La principal pregunta que ha de hacerse cualquier persona que desee emprender una actividad de este tipo es la siguiente:

Si los clientes ya están abastecidos por las empresas existentes en el mercado ¿Cómo les voy a vender 100.000 ud al año?, ¿Van a dejar de comprar otros productos y optar por los míos?

Para solucionar estas cuestiones el primer paso es realizar una *experiencia piloto comercial* visitando a potenciales clientes (cuanto mayor sea el número mejor) y averiguar el interés que tienen en comprar el producto que se pretende elaborar. Las respuestas a estas visitas marcarán el camino a seguir.

El segundo paso es definir lo que realmente se va a vender y a qué precio. Por ejemplo: Yogur de limón en envase de cristal de 200 gr. a 1,10 € (IVA incluido) Después se ha de decidir a quién se va a vender y en qué proporción.

Todas las decisiones que se tomen en relación a la comercialización han de estar condicionadas según se decida el tipo de cliente al que se dirige el producto:

- **Consumidores en general** interesados en un producto natural elaborado artesanalmente con materia prima de calidad, que no prestan importancia al envase sino al alimento como tal.
- **Tiendas de alimentación tradicional**, ubicadas en las proximidades de las zonas residenciales que ofrecen productos típicos de la región, de alta calidad y exclusivos.
- **Tiendas especializadas** en productos Gourmet y/o ecológicos, para personas que aprecian los alimentos selectos y valoran sus cualidades organolépticas.
- **Supermercados y grandes superficies** (a nivel local, regional y nacional) en Asturias tienen presencia más de 10 cadenas, como por ejemplo Alimerc, El Corte Inglés, Alcampo, Carrefour, Mercadona, DIA, Familia, etc.
- **Establecimientos de restauración y hostelería** interesados en ofrecer a sus clientes productos de calidad; en estos casos la presentación final del producto cobra importancia en función de la clientela con la que cuentan. Solamente en el directorio de Restaurantes que integran la marca **“Mesas de Asturias, Excelencia Gastronómica”** figuran más de 50 establecimientos
<http://www.saboreandoasturias.org/restaurantes.aspx>. (Consultar también el directorio de Casas de Aldea Asturianas con certificación de calidad <http://www.aldeasasturias.com/> , el directorio de la Sociedad Pública de Gestión y Promoción Turística y Cultural del Principado de Asturias <http://www.turismoasturias.es/organiza-tu-viaje> , etc.)
- **Centros escolares, universitarios, centros gerontológicos, empresas**, etc. que dispongan de servicio de comedor. Puede consultarse el Directorio de Residencias y Centros Gerontológicos en el que figuran más de 140 establecimientos <http://residenciasasturias.com/residencias.php>, etc.
- **Empresas de catering**, en la Asociación de Empresas de Catering del Principado de Asturias, figuran 20 empresas en la región.
<http://www.asturiascatering.com/asociados> .
- **Distribuidores** de productos alimenticios artesanos como por ejemplo, Crivencar, Lisfersa, etc.
- **Autoconsumo**: los propios familiares y conocidos a través del “boca a boca”.

También cabe mencionar algunas empresas asturianas que se comercializan a través del comercio electrónico, como por ejemplo:

- CRIVENCAR <http://www.productosdeasturias.com/>
- La Calabaza <http://www.lacalabaza.es/>
- Placer Artesano <http://www.placerartesano.com/>
- Coalla Gourmet <http://www.coallagourmet.com/>
- Delicatessen Antonio <http://www.delicatessenantonio.com/>
- Gourmet Asturias <http://gourmetasturias.com/>

Finalmente se propone llevar a cabo:

- a) **Actividades concretas** como realizar visitas comerciales, hacer llamadas telefónicas para gestionar visitas, promocionar el producto a través del reparto gratuito de muestras para degustaciones en uno o varios locales, distribuir publicidad a través de internet, etc.
Otra opción que se puede emprender es participar en **ferias locales o comerciales** para conseguir ventas rápidas y con buen margen comercial (no hay intermediarios). Esta actividad puede considerarse, fundamentalmente, en los meses de verano por la presencia de muchos turistas en la región y a los que las palabras “*producción artesanal*” atraen especialmente.
- b) **Actividades generales** que sirven para informar al público en general de las bondades del producto artesano: publicidad en buscadores de internet, patrocinio de un evento deportivo, artículo informativo enviado a un periódico o revista sectorial, publicidad en el escaparate de locales donde se vende nuestro producto, rotulación de la furgoneta de reparto si se tiene, envío de folletos a potenciales clientes, etc.
- c) **Venta en internet** que se puede hacer desde el propio sitio web o a través de un portal que agrupe a varios fabricantes, lo que favorece que haya más visitas. El nombre, diseño y dinamización web es fundamental. El dominio coincide habitualmente con la marca, aunque hay casos muy acertados en los que el dominio coincide con el producto que se ofrece.

En cuanto al número de clientes, para cumplir las previsiones de este modelo de negocio al menos habría que conseguir 10-15 empresas de restauración (restaurantes u hoteles que den comidas) o un cliente que consuma la producción diaria (como puede ser una cadena de supermercados) y otras 5 tiendas o establecimientos de alimentación especializada. Por supuesto de cara a vender al consumidor final, hay que tener activo el sitio web de forma permanente -sobre todo si no se dispone de local o no se está en una ubicación que permita al público hacer la compra asiduamente-, ya que entonces las ventas en este caso solo podrán ser vía on line. Lo idóneo es establecer con antelación suficiente cuantos clientes se pueden conseguir y ser realistas con los objetivos a lograr, para planificar la producción.

4.1 Planificación comercial

- a) 3 meses previos al inicio de la actividad:
 - Comenzar a elaborar el material gráfico en papel para repartir en las visitas comerciales y desarrollar los contenidos del sitio web.
 - Planificar visitas futuras buscando establecimientos que se encuentren en un radio próximo a la empresa (hoteles, restaurantes, casas de aldea, tiendas, supermercados, etc.) llevándolas a cabo y anotando el resultado obtenido.
 - Contactar con responsables de ferias y mercadillos para tramitar las respectivas autorizaciones.
- b) 1-2 meses antes del inicio:
 - Realizar visitas semanales con el objetivo de conseguir al menos el 30% de clientes/ventas previstos para el año; hay que tener comprometido algún pedido desde el primer día de fabricación.
- c) Cuando ya exista producción:
 - Seguir visitando semanalmente (1 o 2 tardes) a potenciales clientes para lograr alcanzar el total de clientes/ventas previstas.

5 PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

El siguiente plan económico-financiero pretende ser realista en el planteamiento, contemplar todos los gastos posibles y considerar que las ventas aumentarán con el paso del tiempo (el primer mes no se suele vender lo mismo que después de un año) y que no todos los clientes pagan al contado. Además hay que prever que se trabajará como mínimo 20 días al mes durante 11 meses, o sea 220 días al año, reservando 1 mes de vacaciones si fuera posible.

Para comprender los datos económicos de este modelo de negocio y empezar a hacer números conviene recordar los conceptos básicos, comenzando por diferenciar entre:

INVERSIONES Y FINANCIACIÓN

Se ha previsto una partida mínima de 1.200€ para disponer de las aplicaciones informáticas necesarias así como para contratar el sitio web.

Como asesoramiento externo: se incluye la posibilidad de contratar una empresa especializada o centro tecnológico (por ejemplo ASINCAR, www.asincar.com) que ayude a concretar las necesidades de equipamiento y maquinaria, manejo y uso correcto, recomendaciones para ahorro de costes de funcionamiento, problemática que pueda surgir por malas prácticas, etc. Se estima una cantidad de 2.000€.

La inversión para la adecuación de un local se establece en 25.000€. Para la compra de maquinaria se estima un importe total de 34.500€.

Contando con las previsiones del resto de conceptos, incluso para hacer frente al pago del IVA que suponen las inversiones, será necesario disponer inicialmente de 100.000€.

Se pretende obtener dicha cantidad, aportando 25.000€ de recursos propios y 75.000€ a través de la concesión de un préstamo.

Inversiones

Adquisiciones para la actividad de la empresa en el largo plazo: la adecuación de local, compra de maquinaria, mobiliario, equipos de trabajo, etc.

INVERSIONES			
	ud	precio	TOTAL
Inmovilizado Inmaterial			3.200
Aplicaciones Informáticas + Pág. Web		1.200	1.200
Asesoramiento externo		2.000	2.000
Inmovilizado Material			79.200
Obras de adecuación de local y permisos		25.000	25.000
Tanque almacenamiento leche fresca	1	3.000	3.000
Marmita de cocción 100 L	2	2.000	4.000
Cámara frigorífica	2	4.000	8.000
Tanque hermético	1	2.500	2.500
Envasadora	1	14.000	14.000
Otra maquinaria: bombas, caldera, etc.		3.000	3.000
Mobiliario local		2.000	2.000
Uillaje y herramientas		1.000	1.000
Ropa de trabajo y seguridad		500	500

INVERSIONES			
	ud	precio	TOTAL
Equipos informáticos	1	600	600
Furgoneta con equipos de frío	1	15.000	15.000
Otros conceptos		600	600
TOTAL INVERSIONES			82.400
Activo Corriente			17.600
Existencias			
HP Deudora por IVA 21%			17.304
Previsión Inicial de Fondos			296
IMPORTE A DISPONER			100.000

Financiación

Dinero necesario para hacer frente a las inversiones y poder comenzar la actividad.

FINANCIACIÓN	
Recursos propios	25.000
Capital social dinerario	25.000
Capital social no dinerario	
Recursos Ajenos	75.000
Préstamos a l/p	61.458
Préstamos a c/p	13.542
Otros (Préstamos socios y Subvenciones)	
TOTAL FINANCIACIÓN	100.000

GASTOS

Para comenzar a fabricar los primeros productos y distribuirlos después, se debe contar con materia prima (leche, azúcar, arroz, etc.), envases, cajas de embalaje, etiquetas... lo idóneo es almacenar aquello que no sea perecedero en cantidades importantes (para obtener un buen precio de los proveedores). Y estimar otros gastos como el recibo de luz y agua, el pago del alquiler del local si fuera el caso, combustible para la furgoneta, etc.

A continuación se muestra un ejemplo de lo que podría suponer el importe correspondiente a las compras en concepto de materia prima (300 litros de leche al día que se pagarían a un precio de 0,40€/l. en previsión de rentabilizar también la propia explotación, en el caso que sea una parte del negocio). Figura la estimación diaria, mensual y anual para los gastos del caso planteado.

PRODUCTOS	MATERIA PRIMA					ELABORACIÓN		
	L/día	Trabajo	Leche	+ingredientes	€	envases de 200g		
	Litros	días	litros/año	€/L	€	ud/año	ud/día	
YOGUR	60	220	13.200	0,40	5.280	200g	66.000	300
1 añadidos 10%					1.400			
ARROZ CON LECHE	40	220	8.800	0,40	3.520	200g	44.000	200
2 ingredientes varios					1.800			
QUESO FRESCO / REQUESÓN	200	220	44.000	0,40	17.600	150g	6.600 (kg)	30
3 añadidos					500			
	300		66.000		30.100		110.000	520

1 Se emplea 1L leche para obtener 1L yogur + trozos fruta, mermelada: (10% cantidad leche)

2 Se emplea 100 gr de arroz y 100 gr de azúcar por 1L leche + sal, anís, canela y limón.

3 Por 1L. de leche se obtiene 150 gr de queso fresco/requesón (añadiendo limón): al día 30 kg

(El número de envases se calcula por ud de producto, en el caso del queso/requesón cad ud. es de 1kg.)

GASTOS			
	al año	al mes	
Compras de materia prima: leche, azúcar, arroz, etc.	30.100	2.580	Según cuadro explicativo de importes materia prima
Envases	22.000	1.833	0,2 €/envase (de media) para 110.000 ud/año
Etiquetas	10.000	833	0,08 €/etiqueta
Embalajes (cajas de cartón, pack, etc.)	4.500	375	3 €/ud se preven 1.500 cajas
Alquileres (local)	6.000	500	500 €/mes
Combustible/Mto.	10.000	833	Furgoneta de reparto 50.000 Km/año (0,20€/km)
Servicios de profesionales independientes	2.400	200	200 €/mes
Primas de seguros	2.500	208	Incendio, accidentes, etc.
Publicidad, propaganda y RRPP	3.000	250	Publicidad, degustaciones, mto. página web, etc.
Suministros (luz, agua)	7.200	600	600 €/mes
Comunicaciones (teléfono, internet, correo)	1.500	125	125 €/mes
Otros gastos (mat. oficina, limpieza, tributos, etc.)	3.000	250	Imprevistos y varios
TOTAL GASTOS	102.200	8.517	

COSTES DE PERSONAL

Se deben considerar unos costes salariales de al menos 38.310€ el primer año para dos trabajadores, que se traduce en un neto mensual de 1.200 euros para el promotor (cotizando en el régimen de autónomos) y 900 para el empleado, tal y como se observa:

COSTES DE PERSONAL							
PRIMER AÑO							
Trabajador	Sueldo Bruto	SS c/ empresa	Coste empresa	HP trabajador	Pagas	Salario/mes	Meses
Autónomo	16.800	4.500	21.300	1.176	14	1.200	12
Por cuenta ajena	12.600	4.410	17.010	882	14	900	12
TOTAL	29.400	8.910	38.310	2.058			
Tipo retención IRPF	7%						
Cuota autónomos por persona	375						
Cuota de SS por trabajador	35%						

PRÉSTAMO BANCARIO

Dado que está previsto solicitar a una entidad bancaria 75.000€, las previsiones en este caso son:

CRÉDITO		
CAPITAL	75.000	Intereses
Interés	5,00%	
Años	5	3.442
Nº Pagos año	12	
CUOTA AL MES	1.415	

AMORTIZACIÓN

Es el importe que se debe afrontar en el tiempo debido a las inversiones realizadas. Se ha calculado según los respectivos porcentajes que marcan las tablas oficiales de amortización y este concepto supone 15.857€.

INGRESOS

Analizados todos los posibles gastos que se van a generar, hay que averiguar cuáles serán los mínimos ingresos que se necesitarán para afrontarlos.

Ante la posibilidad de que se venda la misma cantidad que se elabora, las previsiones de ingresos en función a las tres líneas de productos artesanales que se proponen, ascenderían a un importe de 160.600€.

El siguiente cuadro indica a modo de resumen los objetivos de ventas distribuidos entre los potenciales clientes:

PRODUCCIÓN		OBJETIVOS VENTAS POTENCIALES CLIENTES Precios sin IVA			ESTIMACIÓN DE INGRESOS	
AL DÍA		DISTRIBUCIÓN		CONSUMIDOR FINAL	Precio	TOTAL €
Producto	ud	HORECA ud	TIENDAS ud	LOCAL / ON LINE ud		
Yogur Envase 200 gr	300	150	80	20	1,00	300
Arroz con leche Envase 200 gr	200	120	70	10	1,25	250
Queso fresco envase 1 kg	30	15	10	5	6,00	180
					Importe de ventas al día	730
					Previsión de ventas al año durante 220 días	160.600

Lo idóneo es estimar además los ingresos y gastos para los dos o tres primeros años de actividad (arranque y consolidación del negocio). Esto sería tan sencillo como incrementar las ventas un determinado porcentaje alcanzable y prever los correspondientes gastos. En el ejemplo que se analiza, solamente figura el año inicial de comienzo de la actividad con el fin de facilitar la comprensión de los datos y por ser el periodo en el que conviene saber con la máxima exactitud las ventas a conseguir, planteando el peor de los escenarios posibles, para tomar la decisión de llevar adelante o no la iniciativa.

Teniendo en cuenta que hay diferentes tipos de negocio en función del producto final que se quiera vender y dado que es lógico realizar un plan económico-financiero, al menos de modo sencillo, se apuntan a continuación unas recomendaciones:

- No hay negocios “estrella” con rentabilidades fantásticas.
- Se gasta más de lo que se prevé (fácil de entender al cabo del primer año).
- El tiempo siempre va en contra (se tarda más en vender de lo previsto).
- No es lo mismo vender, que facturar o cobrar, a menos que se haga directamente al consumidor final (desde la propia tienda propia, stand feria, mercadillos,..). Por ello hay que tener siempre una cierta liquidez en la cuenta corriente.

Como resumen final, se indica a continuación el resultado económico para el primer año de actividad prevista:

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
Año 1	
INGRESOS	160.600
GASTOS	156.367
Compras: materia prima, envases, etiquetas, embalaje	66.600
Gastos de personal	38.310
Sueldos y Salarios	29.400
Seguridad Social a cargo de la empresa	8.910
Dotaciones para Amortizaciones	15.857
Inmovilizado Material e Inmaterial	15.857
Otros gastos de explotación	35.600
Alquileres	6.000
Combustible, mantenimiento de la furgoneta	10.000
Servicios de profesionales independientes	2.400
Trabajos realizados por otras empresas	
Primas de seguros	2.500
Publicidad, propaganda y RRPP	3.000
Suministros (luz, agua)	7.200
Comunicaciones (teléfono, internet, correo)	1.500
Otros gastos (mat. oficina, limpieza, serv. banc., tributos)	3.000
RESULTADOS DE EXPLOTACIÓN	4.233
Gastos Financieros	3.442
RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS	791

Aunque se genera un resultado positivo, un análisis detallado de la tesorería² indica que no se dispone de liquidez para hacer frente a las compras de materia prima imprescindibles para empezar a trabajar, dado que los proveedores exigirán el pago por anticipado, sobre todo porque no conocen la empresa ni a su responsable.

Este inconveniente se puede subsanar de tres formas:

- Negociar con el proveedor de maquinaria el pago aplazado durante varios meses o usar la modalidad de leasing, es decir arrendamiento financiero (similar a un alquiler).
- Aumentar la financiación inicial, bien aportando más dinero al capital social por parte del emprendedor o mediante un préstamo bancario superior al previsto, si bien una vez que se generen beneficios se podrán recuperar o devolver el correspondiente importe.
- Solicitar una línea de crédito a la entidad bancaria para cubrir esas necesidades puntuales de dinero.

No se ha previsto ningún tipo de subvención a la inversión ni a la explotación porque se considera que el negocio debe ser viable y rentable sin tener en cuenta posibles ayudas públicas externas.

² Dinero que hay que tener en la cuenta bancaria para cubrir todos los gastos que irán llegando. Se aconseja contar con una previsión de tesorería que por lo menos permita afrontar los primeros meses sin problemas de liquidez, pues habrá que pagar salarios, los gastos que genere la propia actividad, el préstamo, imprevistos, etc.

6 OTRAS INFORMACIONES DE INTERÉS

6.1 Ayudas públicas

Algunos de los organismos públicos que convocan anualmente subvenciones y ayudas son:

- Ayuntamientos (Ayudas municipales a la creación de empresas, subvenciones para el fomento del autoempleo, microcréditos para empresas innovadoras, etc.)
- Consejería de Agroganadería y Recursos Autóctonos (Ayudas a la transformación y comercialización de productos agroalimentarios y forestales, subvenciones para el fomento de la comercialización de alimentos ecológicos, etc.)
- Consejería de Economía y Empleo (Ticket del autónomo, apoyo a la iniciativa empresarial de las Pymes, subvenciones a la creación de empleo, etc)
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (Ayudas a la producción ecológica, etc.)



Pueden consultarse las convocatorias a través de los Boletines Oficiales (BOPA, BOE,...), de los respectivos sitios web o también desde el "buscador de ayudas" del Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias.

(<http://www.idepa.es/sites/web/idepaweb/servicios/ayudas/buscador/index.jsp?csection=2§ion=2&posl1=2&posl2=1&posl3=-1>)

6.2 Organizaciones y asociaciones profesionales

- Federación Nacional de Industrias Lácteas (FeNIL) <http://www.fenil.org/> en la que se encuentran representados fabricantes de leche líquida, quesos, yogures, mantequilla, postres lácteos, etc. que operan en España. Fue constituida en 1977 como organización profesional de empresarios y asume la representación del sector industrial lácteo. Está compuesta por cuatro asociaciones:
 - Asociación Nacional de Industriales de Leche Líquida y Derivados Lácteos de Larga Duración.
 - Asociación Nacional de Fabricantes de Leches Concentradas, en Polvo y Mantequilla.
 - Asociación Nacional de Fabricantes de Quesos.
 - Asociación Española de Fabricantes de Yogur y Postres Lácteos Frescos.
- Organización Interprofesional Láctea <http://www.inlac.es/> que engloba a todo el sector lácteo (producción y transformación) y también a cooperativas agro-alimentarias españolas. Tiene como objetivo representar los intereses comunes de la cadena del sector lácteo de vaca, oveja, y cabra.
- Asturias Sostenible <http://www.asturiassostenible.org/> es una red altruista desarrollada por el *Foro Asturias Sostenible para el conocimiento y desarrollo del medio rural* con el objetivo de establecer contactos directos entre consumidores y productores.
- Asociación Provincial de Distribuidores de Alimentación.
- Asociación de Empresarios de Industrias Lácteas de Asturias.

6.3 Ferias agroalimentarias

Algunas de las ferias semanales, mensuales y anuales que se celebran en la región son:

- Mercadillos callejeros municipales
- Mercado Ecológico Artesano (Gijón)
- Feria Internacional de Muestras de Asturias
- Salón de la Alimentación y el Equipamiento del Norte de España (Avilés)
- Feria Agroalimentaria de Productos Ecológicos de Asturias (Llanera)
- Feria Campomar (Tapia de Casariego)
- Feria de Muestras de Tineo
- Feria de Muestras de Avilés y Comarca
- Feria de Muestras de Vegadeo

6.4 Buenas prácticas

LA SAREGANA (Sariego)

<http://www.lasaregana.es/>

Empresa familiar que produce de modo artesanal yogur, arroz con leche, requesón y queso fresco. Distribuyen sus productos a restaurantes, tiendas especializadas y a través del comercio electrónico.

Realizan venta directa en fábrica y en mercados itinerantes.

SANTOLAYA (Cabranes)

<http://arrozconlechesantolaya.com/>

Pequeña empresa dedicada a la producción artesanal de postres lácteos, sobre todo arroz con leche y yogur.

Venden a supermercados y grandes superficies. También de modo directo en fábrica y cuentan con tienda electrónica.

YOTUR (Valdés)

<http://www.yotur.es/>

Localizada en Otur, comercializa postres lácteos elaborados artesanalmente con leche procedente de vacas del occidente asturiano. Distribuyen sus productos en supermercados y tiendas próximas, y también realizan venta directa a través de su sitio web.

CASERÍA LA MADERA (Siero)

<http://www.caserialamadera.es/>

Fabrica de forma artesanal productos lácteos con certificación ecológica entre los que destacan los yogures y el arroz con leche elaborados a partir de leche de su ganadería. Tiene venta directa en fábrica, y también distribuye a grandes superficies.

LOS CASERINOS (Villaviciosa)

<http://loscaserinos.com/>

Se dedica a la elaboración de derivados lácteos, fundamentalmente quesos.

Recientemente han incorporado a su gama de productos postres lácteos como la cuajada o el arroz con leche. Disponen de tienda física y venta on line.

QUESERÍA VARÉ (Siero)

<http://www.quesosdevare.com/>

Quesería artesana pionera en la producción ecológica de queso. Elaboran también yogur natural de leche de vaca con certificación ecológica.

