

ENTREVISTA

PUBLIRREPORTAJE

“Monsalud ofrece regalos de Navidad elegantes y originales con jamón ibérico desde 20 euros”

Luis Manuel Halcón Guardiola Director General de Monsalud

La marca Monsalud, perteneciente a la empresa Brumale, S.L., se ha consolidado como referente en el mercado del cerdo ibérico de alta calidad gracias a su producción limitada, a su clara orientación al cliente y a la gran flexibilidad de su organización. Una vez asentada esta posición de privilegio en España, sus próximos objetivos pasan por una mayor internacionalización de sus actividades.

¿Cuándo se creó la empresa?

Los orígenes de Brumale, S.L. y de su marca Monsalud se remontan al año 1997, como consecuencia del amor por Extremadura de una serie de empresarios reunidos a mediados de los 90 con el propósito de hacer visibles en el mercado los maravillosos productos de nuestra región.

¿Cuáles son sus actividades actuales?

Tras desarrollar líneas de negocio con distintos tipos de producto, la compañía se ha concentrado en trabajar de manera exclusiva con lo mejor del cerdo ibérico, es decir, con jamones procedentes de cerdos 100% de raza ibérica que son alimentados en montanera únicamente con bellotas.

¿Cuáles son sus principales áreas de negocio?

Nuestras cuatro áreas de negocio fundamentales son:

- Venta de jamón y paletas a restaurantes y hoteles de primera categoría.
- Venta directa a particulares.
- Exportación a través de distribuidores.
- Venta de regalos de Navidad, una parcela en la que destacamos por la exclusividad y originalidad de nuestras combinaciones de regalo.

Ahora que se acercan estas fechas, ¿cuál cree que será el producto estrella de las próximas Navidades?

Como he dicho antes, los regalos de Navidad y de empresa constituyen una de nuestras mayores especialidades, pues ofrecemos regalos exclusivos y elegantes con una calidad máxima a partir de unos precios que van

■ **“El producto estrella de esta Navidad son los sobres cortados a mano y envasados al vacío y los novedosos cubos de snacks ibéricos”**

desde los 20 euros en adelante, una oferta que no puede igualar ningún otro fabricante. El producto estrella de esta Navidad está siendo un tipo de regalo consistente en sobres cortados a mano y envasados al vacío, incluyendo además nuestros novedosos cubos de snacks ibéricos, tanto de salchichón como de chorizo.

¿Cuáles son sus principales valores diferenciales con respecto a otros competidores?

Las principales ventajas de Monsalud se pueden clasificar en tres aspectos:

- El reducido tamaño de nuestra producción nos permite un control pieza a pieza que los grandes fabricantes no pueden llegar a alcanzar. Por eso somos la única empresa que deja a sus clientes controlar y visualizar online la trazabilidad de cada uno de nuestros artículos, ya sea en lonchas o en pieza completa por medio de nuestra web trazabilidad.monsalud.es
- La orientación de la compañía al cliente nos brinda la posibilidad de pensar no sólo en nuestro producto, sino en para qué y cómo lo utiliza el cliente, ofreciéndole de esta manera la mejor solución. En la actualidad, por ejemplo, nuestro equipo de cortadores con más de 25 años de experiencia en el corte a mano del jamón prepara sobres de 50, 80 y 100 gramos para que la hostelería pueda ofrecer el emplato oportuno (raciones enteras, medias raciones, etc.).
- La flexibilidad de nuestra organización nos permite resolver con creatividad las necesidades de nuestros clientes corporativos, ya sea adaptando nuestros formatos a los minibares de los hoteles o desarrollando nuevas categorías de productos para los set de regalos que demandan los usuarios, como sería el caso de los minisnacks de salchichón y chorizo.

¿Cuáles son sus perspectivas y proyectos de futuro más destacados?

Desde la empresa creemos que, a pesar de la crisis actual, existen nichos de mercado en los que el cliente prima la calidad, el servicio



■ **“Trabajamos sólo con lo mejor del cerdo ibérico: jamones procedentes de cerdos 100% de raza ibérica alimentados únicamente con bellotas”**



MÁS INFORMACIÓN
www.monsalud.es - info@monsalud.es



adaptado al usuario final y la creatividad en las soluciones que se le ofrecen. Por ello, una compañía como la nuestra tendrá un recorrido positivo en los próximos años. En cuanto a proyectos, me gustaría avanzar que nuestros objetivos de cara al año 2012 están centrados en ahondar en la internacionalización de las ventas y en desarrollar nuevos formatos orientados a las tiendas de productos gourmet.