



asociación
artesanos
alimentarios
Castilla y León

la voz artesana

Boletín informativo de los artesanos agroalimentarios de Castilla y León

NUMERO 13, MAYO DE 2009



Objetivo:
Llenar los carros
La Plataforma Comercial
incrementa un 150% su cifra de
negocio en grandes superficies

8 ¿Y ahora qué? Varios
artesanos no cumplen
con su inscripción en el
Registro

12 Fernando Pita: Las restricciones
no las pondremos nosotros, las
pondrá el mercado

14 Cómo usar la nueva web

Adiós al “artesano” de los fogones: Carlos Cidón

Cientos de personas dieron su último adiós al restaurador Carlos Domínguez Cidón, uno de los cocineros más reconocidos del país, en un emotivo funeral celebrado el pasado 13 de mayo en Astorga (León), su ciudad natal, un día después de su muerte.

La Iglesia de San Andrés de esta localidad maragata estuvo abarrotada de gente, entre familiares y amigos de Cidón, además de admiradores y autoridades, con el presidente de Castilla y León, Juan Vicente Herrera, a la cabeza.

A las cinco de la tarde, comenzó la misa funeral después de que un grupo de cocineros, ataviados con su traje de faena, introdujeran el féretro en dicha iglesia, que no daba a basto para acoger a los amigos que quisieron acompañar al cocinero en su último adiós.

Carlos Domínguez Cidón falleció a los 49 años en León tras una larga

enfermedad, era propietario del restaurante Vivaldi de León, el único establecimiento hostelero de Castilla y León que cuenta con dos soles en la guía Repsol y una estrella en la Michelin; y además tenía la concesión del restaurante del Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León (MUSAC).

Además de cocinero, había escrito numerosos libros sobre el arte culinario, mostrando siempre un irrefrenable amor por los productos de la tierra, de su tierra, de Castilla y León. Desde la Asociación de Artesanos con quien colaboró en numerosas ocasiones, acompañando y dando luz y sabiduría a maridajes, catas y cualquier evento donde le reclamáramos, queremos sumarnos al dolor por su pérdida y homenajearle en el recuerdo desde estas páginas por las atenciones que nos brindó a los artesanos en su permanente buen hacer en la cocina.



Alimenza 09 se abre al exterior

Esta cuarta edición del encuentro alimentario hispano portugués se ha destacado por su marcado carácter comercial. Un acuerdo entre la Diputación y la Cámara de Comercio zamoranas dio vida a una misión comercial por la que importadores y distribuidores provenientes de varios

rincones del planeta hayan probado, degustado y conocido estos días lo mejor de la agroalimentación de calidad de Castilla y León y Portugal. En la jornada inaugural se dieron cita distribuidores de Rusia, Corea del Sur, Estados Unidos, Suecia o Dinamarca en un paso más por abrir las puertas

a estos productos a mercados exteriores donde son bien acogidos y muy valorados.

Entre los 108 expositores presentes este año en la moqueta zamorana casi un 40 % lo hacían por primera vez con lo que se demuestra el interés que ha despertado esta edición 2009. Esta vez la representación de los alimentos artesanos fue a título individual y pudimos encontrar entre los expositores los dulces salmantinos de La Espiga de Castilla, los productos de Libaflor, licores charros de El Majuelar y los quesos de El Zamorral y Campo Prieto.

Además del mercado sentido de negocio que se le quiere brindar a la feria tampoco se descuida la presencia del público a quien le ofreció todo un plantel de productos, desde los vinos hasta los dulces, los embutidos, los lácteos, la huerta o los aceites. No en vano este sector agroalimentario representa una cuarta parte del valor añadido bruto industrial de la provincia, que anualmente factura más de 84 millones en ventas en el mercado exterior.



La Plataforma Comercial, viento en popa

A pesar de la famosa crisis que nos sacude podemos afirmar con rotundidad que soplan vientos de cola para la Plataforma Comercial. Al amparo y bajo el paraguas de la nueva marca Tierra de Sabor estamos viviendo un gran momento de expansión y penetración en el mercado especialmente a través de los grandes distribuidores hasta ahora muy complicados para producciones como las nuestras. Podemos destacar la labor que se

está llevando a cabo en los Centros Comerciales Carrefour de toda España y especialmente los de la comunidad, donde hemos conseguido introducir ya 80 referencias 40 de las cuales se han añadido gracias al empujón de Tierra de Sabor. El impulso de esta marca, según narra Gerardo Merino, gerente de la Plataforma "se ha dejado notar y mucho en la facturación. Hemos conseguido incrementarla en un 150% respecto al mismo

periodo del año pasado. Sin duda es para estar muy satisfechos". No sólo el beneficio está siendo económico sino que la imagen de los productos Artesanos se está viendo muy beneficiada por campañas como la que en estos días han puesto en marcha los propios centros Carrefour. Los 9 centros de la Comunidad van a fomentar los productos de Castilla y León, entre ellos especialmente y de forma diferenciada los productos Artesanos, a través de folletos especiales y de promociones de merchandising en el punto de venta. Se vana a añadir islas en pasillos que incluirán una zona de refrigerado, con cámara y vitrina incluida y una zona de seco, ambas personalizadas con la imagen de la Asociación de Alimentos Artesanos y de Tierra de Sabor. Sin embargo y a pesar de las buenas noticias y resultados que estamos obteniendo, no queremos pararnos aquí y esperamos continuar con el crecimiento tanto en la cifra de negocio como en los Artesanos incorporados a la Plataforma a lo largo de este ejercicio.



“La industria agroalimentaria nos está envenando, por eso la gente tiende a los productos artesanos, porque quiere cuidar su salud”.

Manuel Reguera, Director de la Feria Artesanos Alimentarios de Castilla y León

En esta edición la Feria de Carra-cedelo contará con más expositores de la Asociación de Artesanos, cifra que certifica el éxito de la muestra.

La experiencia que tenemos con los asociados es muy buena, traen productos que no hay en El Bierzo y que tienen muy buena acogida. Y participar es fácil, se solicita en tiempo y forma, y, en el caso de los socios, lo hacen a través de la Asociación

¿Influirá la situación de la economía familiar en el éxito de la Feria de este año?

No creo. A veces son productos un poquito más caros, pero en su mayoría son muy asequibles y sobre

todo de gran calidad, y a pesar del momento hay una gran concienciación con el tema de las producciones, de las alergias, la industria agroalimentaria nos está envenenando y la gente va a tender a estos productos porque quiere cuidar su salud.

La Feria es la segunda muestra en la que se presenta Tierra de Sabor. ¿Qué opina sobre esta marca?

Creo que es muy buena, nace en un momento importante, con inteligencia, las grandes superficies presionan a las empresas para meter más marcas blancas y mientras la Consejería quiere apoyar a los productores de la región.

Ahora habrá que compaginar esta marca con denominaciones de origen, las IGP y otras marcas de calidad



Artesanos Alimentarios, protagonistas de la Feria de Carracedelo, segunda muestra Tierra de Sabor

La Asociación de Artesanos Alimentarios aporta 26 de los 150 expositores que participan este año en la Feria alimentaria de El Bierzo, que pasa por su cuarta edición. Los días 5, 6 y 7 de junio un recinto instalado en el kilómetro 3'99 de la Carretera Madrid-Coruña a su paso por Carracedelo acoge este certamen organizado al amparo de la nueva marca de calidad de Castilla y León, Tierra de Sabor, y con la colaboración del Ayuntamiento de la localidad y la Diputación de León.

Se trata de una nueva edición especial dentro de una gran feria sectorial que comenzó a celebrarse hace 15 años y para la que esta vez se esperan más de 55.000 visitantes, debido a las actividades y degustaciones - como la de ternera del Bierzo-, pre-



vistas.

La Feria de Carracedelo es la segunda ocasión en la que la Junta de Castilla y León da a conocer su nueva marca, tras la muestra segoviana, que re-

sultó todo un éxito. Para los artesanos esta feria es importante, "por lo que supone de venta y por la oportunidad de fomento y divulgación de nuestra marca", apuntó el gerente de

Próxima la firma del convenio 2009/2010 con la Consejería

Se última la firma del convenio de colaboración 2009/2010 entre la Consejería de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León y nuestra Asociación de Artesanos, que se rubricará el próximo 2 de Junio. Para ultimar todos los detalles se han celebrado distintas reuniones a fin de informar a la propia Consejera y a modo de resumen de las actividades impulsadas y realizadas tanto en la Asociación como desde la Plataforma Comercial durante el año 2008 y el primer tercio del presente 2009. Estas iniciativas comprenden desde la captación de asociados para la Plataforma Comercial, asunto en el que la Consejera ha manifestado un gran in-

terés hasta la puesta en marcha del boletín informativo "La Voz Artesana" del que se cumple ahora un año desde su puesta en marcha. En estos encuentros se ha revisado y se ha hablado acerca de la afectación de los artesanos a nivel colectivo o individual a la nueva marca Tierra de Sabor y el protocolo a seguir para llevarlo a término.

Una vez revisadas las peticiones de cara a este nuevo periodo por ambas partes ha quedado listo para la firma este convenio que debe realizarse dentro del mes de mayo y que debe de seguir impulsando el crecimiento de la Plataforma Comercial, el desarrollo de la imagen de marca de los

productos artesanos y la puesta en marcha de nuevas actividades de promoción y comercialización por parte de la Asociación.



**ADEMÁS DE TU PRODUCTO, QUEREMOS CONTAR CON TU OPINIÓN
 ENVIANOS TUS ARTÍCULOS, TUS NOTICIAS, TU APORTACIÓN.
 LA ESTAMOS ESPERANDO**

comunicacion.mc@artesanoscyl.es

Zamora acogerá entre el 2 y el 5 de junio la segunda edición del foro de cooperación transfronteriza con Portugal

Zamora acogerá entre el 2 y el 5 de junio el foro Cooperera, que se centrará en las posibilidades de cooperación transfronteriza con el centro y el norte de Portugal.

(EUROPA PRESS)

Según informaron fuentes de la Consejería de Presidencia en un comunicado, durante los cinco días, Zamora acogerá actos institucionales, foros de debate y eventos culturales. De esta manera, la Consejería pretende ampliar el alcance de los debates y las actividades, tanto en su duración como en la participación del público que tuvieron lugar en la primera convocatoria del Foro.

Con esa idea central de conseguir la mayor participación posible, el equipo de la Consejería trabaja desde principios de año para fijar una programación que permita tanto el debate y el acuerdo institucional como la presencia activa de los ciudadanos. El consejero de la Presidencia se mostró convencido de que "a menos de un mes para que arranque Cooperera 2009 estamos seguros de que los zamoranos y, de manera más amplia, quienes tienen algo que ver en la cooperación transfronteriza van a ver cómo este foro se convierte en un referente y en un elemento de dinamización social".

Cooperera 2009 tendrá una estructura con tres apartados, como Institucional, Debate y Cultura. En su organización participan, además de la Consejería de la Presidencia, las de Cultura y Turismo; Familia e Igualdad de Oportunidades y Agricultura y Ganadería.

Además cuenta con la participación de la Junta de Extremadura, así como con el apoyo y la colaboración de distintas organizaciones implicadas en la cooperación transfronteriza como la ARFE (Asociación de Regiones Fronterizas Europeas), la Fundación Rei Afonso Henriques y las Comisiones de Coordinación y Desarrollo Regional de las Regiones Norte y Centro de Portugal.

La segunda edición del foro Cooperera



suma también la colaboración del Ayuntamiento de Zamora, de la Diputación Provincial y de la entidad de ahorro Caja Duero.

Una de las novedades más destacadas que tendrá esta edición de Cooperera es la entrega de la I edición de los premios Cooperera a la Excelencia Transfronteriza 2009 en tres categorías como Comunicación (vinculado a los Francisco de Cossío que concede la Junta), Trayectoria (para las entidades o particulares hayan contribuido al enriquecimiento de las relaciones entre Castilla y León y Portugal) y Creatividad (que pretende difundir las obras artísticas creadas por particulares cuya publicación estimule las relaciones de cooperación y fomente la creatividad artística en la Raya).

El segundo de los apartados, Cooperera Debate, consiste en una serie de mesas redondas abiertas al público y acompañadas de encuentros entre empresarios y profesionales, que este año se centrarán en el turismo

como eje de desarrollo del territorio. De acuerdo a las peticiones de los agentes que trabajan en este ámbito se han identificado cuatro grandes áreas de debate como Turismo y Patrimonio Cultural; Turismo en el Aula; Enoturismo y turismo gastronómico; y Turismo Activo y de naturaleza.

En tercer lugar, Cooperera Cultura, incluirá actuaciones musicales, representaciones teatrales, exposiciones y conferencias que se celebrarán de forma paralela a las actividades institucionales y a los debates. La idea es llegar a todo tipo de público mediante actividades gastronómicas, artísticas y lúdicas como la presentación del "Recetario de la Raya", una recopilación de platos tradicionales que se confeccionan en las zonas limítrofes a uno y otro lado de la frontera con Portugal, y que se completará con una feria gastronómica hispano-lusa, en la que se implicarán algunos restaurantes zamoranos para ofrecer menús de "cocina de frontera".

Convenio para el registro de marcas

Tal y como avanzábamos en el número pasado de “la Voz Artesana”, se ha cerrado un acuerdo con una de las principales empresas nacionales del sector para proceder y facilitar a los socios los trámites y los costes del registro de marcas.

Hemos podido comprobar en estos últimos meses que existe un buen número de artesanos que comercializan los productos bajo marcas que no tienen registradas, de ahí la preocupación por solventar una situación que en algún caso podría acarrear ciertos problemas.

Este trámite, además de la importancia que en si conlleva para salvaguardar el nombre comercial con el que el producto llega y se le conoce en el mercado, tiene otra finalidad y es la de cumplir con uno de los requisitos exigidos para poder acogerse a la marca Tierra de Sabor. Recordamos que para poder utilizar este sello la marca que lo lleve ha de estar obligatoriamente registrada.

Para realizar estos registros hemos mantenido diversas reuniones con algunas de las principales empresas españolas en el registro de propiedad industrial, patentes y marcas, llegando al acuerdo más satisfactorio con la empresa Propi, patents and trademarks. Esta empresa pese a estar domiciliada en Madrid, mantiene abierta una oficina en Valladolid que agilizará los trámites que haya que realizar.

Gracias a este convenio Propi, facilitará a todos los asociados un servicio de asesoramiento personalizado partiendo de un estudio particularizado de la situación de los activos de propiedad industrial de cada uno de ellos, proponiéndole más tarde las acciones más adecuadas a proteger esa propiedad. Este servicio incluye la gestión integral en vías administrativas de los expedientes de la propiedad industrial necesarios, su seguimiento y adaptándolos a las legislaciones y jurisprudencia nacionales e internacionales todo ello para asegurar una correcta y rápida tramitación, entre otros del registro de marcas.

Para poder registrar una marca o un nombre comercial, es necesario que el signo que se pretende registrar sea lícito, y susceptible de realizar las funciones que debe acometer la marca, identificar y diferenciar lo cual implica que no incurra en ninguna de las prohibiciones absolutas que establece la ley, y que esté disponible, es decir que no entre en conflicto con otros derechos anteriores, ya sea a título de marca u otro derecho de la personalidad de un tercero como es el derecho al nombre o a la propia imagen o a otro derecho de propiedad intelectual.

Para obtener esta inscripción registral la empresa Propi presentará una solicitud ante la Oficina Española de Patentes y Marcas con la mayor celeridad posible ya que en este caso el tiempo si importa, de esta manera se obtiene una fecha de presentación de la solicitud frente al que la

solicite posteriormente. Aún cuando no tenga ultimados todos los requisitos formales, teniendo los indispensables conviene presentar la solicitud y cumplir posteriormente con el resto de los requisitos.

Además de la comodidad en la gestión se ha buscado el mayor beneficio económico para los asociados mediante la negociación conjunta de tarifas con la empresa. Así se ha obtenido un precio sensiblemente inferior al habitual para realizar este tipo de trámites y una serie de ventajas y servicios sin cargo. Además se ha abierto un periodo de promoción para solicitudes cursadas entre el 15 de mayo y el 15 de junio.

Próximamente personal de Propi contactará con los asociados para comunicarles personalmente las condiciones y trámites del servicio. En cualquier caso basta contactar con la Asociación para agilizar e iniciar estos trámites.





“Este nuevo registro tiene las puertas abiertas todo el año, porque no se trata de restringir la artesanía cuantitativamente. Las restricciones no las pondremos nosotros, las pondrá el mercado”

Castilla y León estrena nuevo Registro de artesanos y nueva normativa en cuanto a la producción de estas empresas. Una acción puesta en marcha por la Consejería de Agricultura y Ganadería de la Junta que beneficiará no sólo a productores, sino también a los consumidores, por la especial labor de vigilancia y control que va a suponer. De todo ellos hablamos con el Jefe de Servicio de Industrialización Agraria y Defensa de la Calidad, Fernando Pita.

Con el mes de mayo finaliza el plazo para la inscripción en el nuevo Registro de Artesanos. ¿En qué lugar queda el que ya existía y en qué se diferencia de aquel?

El nuevo registro de empresas artesanas alimentarias no es un continuador del anterior, porque la normativa actualmente vigente en materia de artesanía tampoco es continuadora de las normas publicadas en los años 1992 y 1993. En aquel momento se pretendía proteger el uso de la mención artesano con procedimientos propios de aquella época que, a día de hoy, habían quedado en gran medida obsoletos. La Consejería de Agricultura y Ganadería, a partir del año 2002, inició un proceso de reconsideración de sus políticas en este sector y finalmente en 2007 concluyó un nuevo decreto sustituto del anterior, no sucesor, bajo la idea de que las menciones a la artesanía deben estar garantizadas por mecanismos de control eficientes. Esta es la principal diferencia en-

tre el anterior sistema y el nuevo, ya que ahora puede ofrecerse al consumidor un mayor control. La artesanía no es un símbolo de calidad diferenciada, sino la garantía del seguimiento de un determinado método de producción. Y para que esto sea una realidad tiene que haber un mecanismo de control, verificación y seguridad objetivo y contrastable, y estos aspectos son lo que han primado en el nuevo decreto.

¿Quién se va a ejercer esa labor de vigilancia?

Existían varias posibilidades, en algún momento incluso se barajó que fueran empresas certificadoras externas, pero se descartó y el control recaerá sobre los inspectores destinados en todos los servicios territoriales de la Consejería de Agricultura y Ganadería. Tenemos una plantilla de inspectores de acreditada solvencia y experiencia en el mundo de la alimentación. Y su trabajo no va a suponer ningún

coste para los artesanos, a diferencia de otros mecanismos de inspección.

¿Qué beneficios supondrá la nueva normativa y el nuevo registro para los artesanos?

Hoy ya tenemos un mecanismo definido de vigilancia y control sobre la producción artesana, con una serie de obligaciones por parte del artesano que son transparentes. Como consecuencia de ello, puede entenderse que el primer beneficiado será el consumidor, porque va a adquirir estos productos con una mayor seguridad, sin embargo, en mayor medida se verá beneficiado el artesano, que podrá hacer valer ese carácter diferencial de su producto frente a otros no sometidos a los mismos controles de vigilancia.

Según la norma, ¿cómo definimos concretamente a un productor artesano?

Se trata de un sector tremendamente dispar, desde miel a queso o repostería, por lo que es muy difícil dar una norma común, por eso se ha optado por un procedimiento abierto, en el que se parte de la declaración real de los métodos productivos seguidos por la empresa artesana, cuáles son sus formas de trabajo, que son difíciles de objetar porque a veces están arraigadas después de muchos años de experiencia. Este sistema nos ofrece un punto de partida para garantizar que esas formas de trabajo se mantienen y pueda beneficiarse de la utilización de la mención artesano a lo largo del tiempo.

En esta tarea de tratar de conocer a las industrias de la región ¿han contado con el apoyo de los artesanos, o se encuentran con que estos no han tomado en serio sus requerimientos?

Nosotros éramos conscientes de las dificultades con que nos íbamos a encontrar desde el mismo momento en que se publicó el decreto, por eso contemplamos un periodo de 24 meses para que aquellas empresas que estaban inscritas en el anterior registro artesano pudieran solicitar su alta en el nuevo. No obstante, tenemos la impresión de que quizá no todas han sido suficientemente sensibles a nuestras comunicaciones en cuanto a requisitos y plazos, y que es posible que en los próximos meses nos encontremos con solicitudes de empresas que,



aunque estuvieron inscritas en el registro anterior, no han hecho uso del período transitorio para su inclusión en el nuevo registro. Administrativamente esta situación está resuelta, ya que cualquier empresa puede solicitar su alta sin limitaciones temporales, pero no se si son conscientes de que a nivel particular puede suponer un gran problema, ya que a partir del 1 de junio no van a poder utilizar las prerrogativas que en materia de etiquetado les facultaba el anterior decreto, es decir, no van a poder usar la denominación artesano.

Aparecerá entonces el uso fraudulento de la marca. ¿Qué pasará con esas empresas?

El utilizar el etiquetado y menciones de estos productos fuera de la norma acarrea una situación de clandestinidad, que podrían tener consecuencias en materia sancionadora.

¿Cuántas empresas están inscritas al cierre de este



registro?

Actualmente tenemos inscritos 115 empresas, y en tramitación 50 más. Tenemos así 165 empresas, que es un número aceptable si tenemos en cuenta que en el anterior existían unos 400 registros, donde que no sólo había empresas sino también maestros artesanos. Pero este nuevo registro tiene las puertas abiertas todo el año, porque no se trata de restringir la artesanía cuantitativamente. Las restricciones no las pondremos nosotros, las pondrá el mercado.

Castilla y León es pionera en cuanto a la protección de la artesanía alimentaria.

Es evidente el esfuerzo que hace la Consejería en materia de artesanía alimentaria pero no solo esta Consejería. Son muchas las políticas que se desarrollan para apoyar esto y lo deseable es que brinde resultados con más venta y más acceso a los mercados.

¿Qué lugar ocupa la artesanía en el conjunto de la

industria agroalimentaria de la región?

Hay que ser realistas, es una solución de futuro para determinada empresas, pero no será algo mayoritario. Ocupará determinados nichos de mercado. Nunca será un mercado de consumo masivo, pero en una sociedad como la nuestra hay sitio para todos. Es una solución para aquellos mejores elaboradores capaces de diferenciar su producto y que sepan encontrar su lugar.

Como jefe de servicio de Industrialización Agraria y Defensa de la Calidad, explique en qué repercute su trabajo en los artesanos.

Este servicio tiene dos campos de actuación que repercuten directamente en los artesanos. Coordinamos la actuaciones en defensa de la calidad pero además somos los gestores de auxilios a la inversión productiva, y en esto desde los años 90 ha habido una discriminación favorable, positiva, hacia las empresas artesanales alimentarias. Auxiliamos con un plus a aquellas empresas acogidas a la normativa artesana. Tenemos actuaciones que tiene que ver con el I+D, con la productividad y con el fomento de la calidad y son muchas las empresas artesanas que por alguna de estas vías ha acudido a nuestras subvenciones. Son auxilios que mueven importantes cifras al año. Por ejemplo el año pasado el importe total fue de 126 millones de euros, y una parte de ellos fueron para empresas artesanales. La convocatoria está siempre abierta, por lo que somos un punto de referencia importante para cualquier empresa alimentaria.

Como defensor de la calidad, ¿está de acuerdo con esas voces que dicen que la industria alimentaria nos está envenenando?

Es una opinión que lleva al alarmismo, no quiero pensar que lo que damos a nuestros hijos los está matando. En Castilla y León, en España, en la Unión Europea y en general en el mundo desarrollado hay mecanismos de defensa de seguridad alimentaria. Nosotros tenemos nuestra agencia de protección de la salud y seguridad alimentaria que permite garantizar que lo que comemos, no nos mata. La discusión no iría tanto por ahí, si nos envenenan o no con lo que comemos, sino por si nos engañan o no con lo que compramos, pero este es otro asunto.



Entrevista José Luis Jambrina
Cárnicas Poniente

Productos artesanos para una 'boutique' de alimentos

“Es una gozada trabajar con gente que se esfuerza en hacer productos de gran calidad, y que encima podemos comercializar gracias a una plataforma de distribución”

Su ideario de negocio le valió a la familia el premio *Empresario del año 2008* en el sector agroalimentario otorgado por la Escuela de Empresariales de la Universidad de Valladolid. Cárnicas Poniente es una empresa familiar dedicada al ciclo completo de la carne que vende en ocho establecimientos comerciales en los que también tienen un lugar destacado los productos delicatessen, y los platos preparados.

Productos de calidad como los artesanos, con quienes ultiman ya un acuerdo de colaboración para poner en marcha una gran campaña de venta ligada además a Tierra de Sabor. Y todo ello en un escenario muy cuidado, apoyado en un excelente escenografía, innovadora y diferente.

Hablamos de todo esto con uno de los responsables de la empresa, José Luis Jambrina.

¿Cómo se convierte una carnicería en una tienda en la que puedes comprar hasta regalos?

Nosotros en nuestra casa, en Cárnicas Poniente, siempre hemos apostado por el producto local y regional para poder tener controlado el origen de los productos, de hecho, nuestras tiendas nacieron con carne de avileño, de la IGP, porque siempre hemos buscado la mejor calidad. Luego, con el tiempo, las tiendas se han transformado, con la base de la carne hemos creado tiendas de productos muy seleccionados y platos preparados de gran calidad y a buen precio. Ha sido una evolución.

Es una 'boutique' de alimentación, y a pesar de la situación actual de las economías domésticas, muy posicionada en el mercado.

La gente sabe mucho más de lo que creemos, a todo el mundo le gusta comer bien, rico y asequible. Y digo asequible porque muchas veces la diferencia tampoco es tanta, la gente agradece el esfuerzo que haces buscando producto, tanto en carne como en otras especialidades, agradece las novedades. Y pienso que la base de artesanos es una base muy comercial. Te pongo ejemplos. Las mermeladas, salen a un precio super competitivo y no tienen nada que ver con las industriales, las pastas y la repostería, lo mismo, precio parecido pero calidad muy superior.

En el ideario de la empresa está por tanto defender lo nuestro, los productos que hacemos aquí.

Nos apoyamos en los productos de carácter local y regional porque tienen mucha calidad y además es lo que a la gente le gusta comprar, tanto a los que vivimos aquí como a los que vienen de paso, que piden productos típicos y de calidad. Además, es que estos productos, por ejemplo los artesanos, equivalen a otros muchos que puedes encontrar por el mundo, no hace falta irse lejos.

Ya encontramos el distintivo de la Asociación de Artesanos Alimentarios en algunos productos que podemos comprar en Cárnicas Poniente, pero ni rastro de Tierra de Sabor.

Llevamos muchos años trabajando con productos de los artesanos, en vinos menos, pero sí con pastas, mermeladas, embutidos y quesos, y puntualmente hemos hecho campañas con productos que nos ha traído la asociación. Tenemos un proyecto muy bonito con ellos, con la Asociación de Artesanos, queremos hacernos un matrimonio, queremos colaborar más, hacer una imagen conjunta e intentaremos que esté ligada a Tierra de Sabor. Pondremos a disposición de artesanos todas nuestras tiendas y vendemos todo lo que seamos capaces.

“Pienso que la base de artesanos es una base muy comercial. Las mermeladas, salen a un precio super competitivo y no tienen nada que ver con las industriales, las pastas y la repostería, lo mismo, precio parecido pero calidad muy superior”

¿En qué manera les ayuda trabajar con una plataforma, desde la unidad?

Es una gozada el hecho de que exista gente como los artesanos, que se esfuerzan por fabricar productos de gran calidad y que nosotros podamos comercializarlo, y más si encima te apoya una plataforma que te los busca y te hace una primera selección de lo que, comercialmente hablando, puede ser más vendible. El artesano tiene una estructura muy pequeña, antes quizá el artesano se tenía que encargar de aprovisionarse de materia prima, de fabricar, de envasar lo fabricado y de comercializar...y a lo mejor no podía hacerlo todo bien, porque la mayoría de estas empresas son pequeñas y por esta razón era más difícil trabajar con ellos. Por eso me parece una idea genial la plataforma, porque es desde donde se distribuye y así el artesano se dedica a elaborar con calidad, que es lo suyo, y se olvida un poco de las complicaciones de la distribución.

Hablamos de una colaboración entre Cárnicas Poniente y Artesanos Alimentarios junto con la marca Tierra de Sabor. ¿Beneficiará al sector agroalimentario la nueva marca de calidad puesta en marcha por la Junta de Castilla y León ?

Todo lo que sea apoyar al producto de cualquier forma, la que sea, es bueno. Sólo he hecho una crítica a la campaña de la administración, y es que no han contado con los establecimientos pequeños que luchamos a pie de calle, la han orientado a las grandes superficies, y a los que estamos en la calle, con productos seleccionados, que no comercializamos genéricos, nos han olvidado, deberíamos estar amparados por la campaña. Si que es verdad que gracias a Artesanos Alimentarios y a esta colaboración que empezaremos nuestras tiendas también serán

Tierra de Sabor.

En Cárnicas Poniente han apostado por cuidar la imagen de marca y de sus puntos de venta. ¿Le gusta la de Tierra de Sabor?

Sí, sí me gusta, me parece que es innovadora y que refleja muy bien lo que se quiere transmitir. La marca Tierra de Sabor te puede gustar más o menos, a mi personalmente me gusta la imagen, me parece diferente, pero lo importante es el apoyo a los productos regionales.





www.artesanoscyl.es

Guía de los nuevos servicios online para los artesanos

Con la puesta en marcha del nuevo portal de información de la Asociación www.artesanoscyl.es (próximamente también accesible desde www.artesanoscyl.com y www.asacyl.com) se abre un amplio abanico de herramientas y utilidades al servicio de los artesanos en particular y del público en general.

Vamos a tratar de explicar en unas cuantas líneas las aplicaciones que se han incorporado y que ya están activas para su uso.

Al día.

Uno de los aspectos que más se ha querido desarrollar es la actualización continua del web, es decir que permanentemente incorpore cuantos asuntos puedan ser relevantes o de interés para los asociados o el público. Dentro de los apartados de **Noticias** y **Agenda** pueden verse tanto la información propia o proveniente de agencia que entendamos resulte de interés para todos. Así mismo en la agenda vendrán recogidos los próximos eventos clasificados por fechas donde estarán representados o son susceptibles de estarlos los artesanos. Estas dos herramientas informativas y divulgativas necesitan también de la aportación de cada uno de los socios para resultar completamente eficaces. Cual-

quier actividad, evento o información generada individualmente por uno de los artesanos es susceptible de incluirse y de divulgarse. Para ello basta con informar mediante comunicación al servicio de prensa:

comunicación.mc@artesanoscyl.es
prensa@artesanoscyl.es

para que inmediatamente se publique e incluso se elaboren las convocatorias o comunicados de prensa oportunos, tanto a nivel local como regional.

Documentación.

Se han incluido sendos apartados que recogen, estudios, documentos, informes y otros elementos internos o externos susceptibles de ser interesantes para los artesanos asociados y que por su extensión o volumen no pueden incluirse en el apartado de noticias. Se trata de **estudios económicos**, **inscripciones**, documentación para solicitudes de **ayudas** y

subvenciones, etc. Se encuentran recogidos en el apartado documentación de la web, en el caso de considerarse de uso público y en la intranet en el caso de aquellos que estén destinados por su contenido o privacidad sólo para los socios artesanos.

Multimedia.

Este apartado público recogerá y difundirá imágenes fotografías y videos de cualquier asunto relacionado con la artesanía. Contenidos que de igual modo pueden y deben ser enriquecidos por las aportaciones de los asociados.

Hemos considerado muy interesante disponer en la web al alcance de todo el mundo el **manual de identidad corporativa de la Asociación**, con su nueva imagen, y el sello de productos artesanos. De esta forma y en cualquier momento se puede obtener vía descarga, dentro del apartado **prensa/imagen corporativa**, cualquier logotipo y su adaptación en alta resolución sin necesidad de depender de nadie más,

Una vez adquiridas las claves y de acceder a la intranet nos encontraremos que el entorno cambia, diferenciándose de la web pública y también lo hacen los contenidos para adaptarse a esa información reservada sólo a los socios. Habrá documentación que sólo podrán ver determinados sectores y no el resto y habrá otra que sea abierta para todos.

Desde aquí estarán disponibles circulares internas, cartas, convocatorias, documentación, estudios, etc. Siempre destinados únicamente a los propios Artesanos miembros de la Asociación.

Además, si cualquiera lo desea, puede cambiar sus contraseñas de acceso a la intranet ya que se ha creado una herramienta para este uso.

Los apartados dedicados la revista “La Voz Artesana” desde donde pueden descargarse en formato PDF todos los números publicados, y los enlaces a otros webs de interés, así como al portal de la tienda electrónica de la Junta de Castilla y León, completan



de forma rápida, sencilla y directa.

Intranet para socios.

Desde cualquier página abierta puede accederse desde la esquina superior derecha de la web a la intranet privada. Mediante un correo electrónico registrado y una clave que se asigna se accede a estos contenidos.

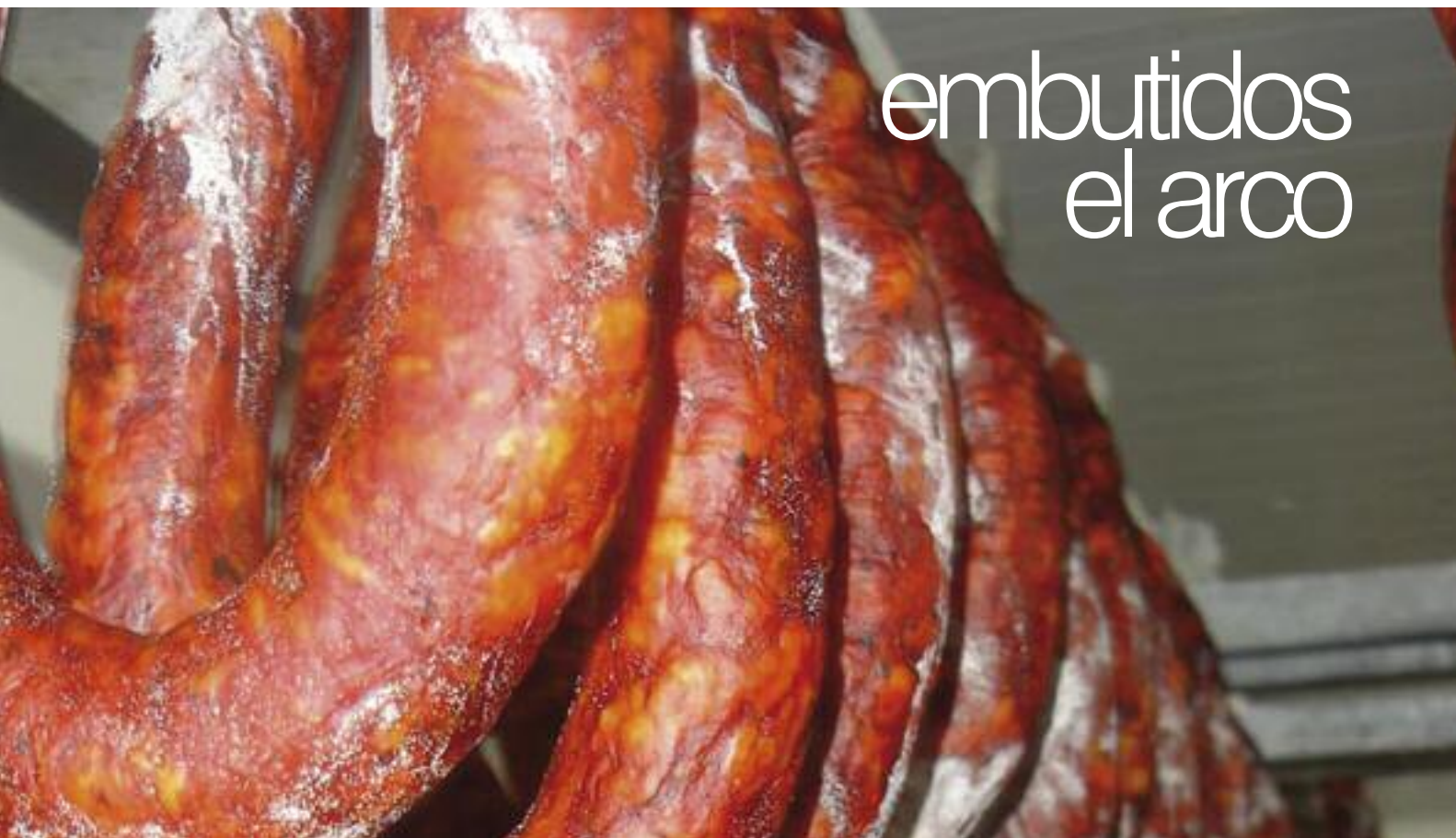
Para obtener las claves de acceso basta con ser asociado y solicitarla, en el caso de que aún no se haya obtenido (se están enviando vía correo electrónico a la dirección que se tiene en el registro de la Asociación a medida que se incorporan a la web). Una vez asignadas las claves se podrán recuperar en cualquier momento si se olvidan o se pierden.

el abanico de contenidos del nuevo website de Artesanos.

Hemos intentado dar cobertura a todas las necesidades que pensamos pueden plantearse hoy en día, pero también se ha previsto la incorporación de cualquier otra que pueda surgir de ahora en adelante. Por supuesto cualquier aportación o idea en este sentido siempre será bienvenida.

Destacar además que en apenas tres semanas en funcionamiento y sin apenas difusión, ha recibido casi 2.000 visitas, y no olvidemos que ese es otro objetivo fundamental de una web, servir como el mejor escaparate posible, en este caso, de los Productos Artesanos de Castilla y León.

embutidos el arco



“Mis clientes piensan de nuestro jamón que recuerda al sabor de antaño y eso me llena de orgullo. Cuando me preguntan el truco digo, elaborar como antes y secar como antes, no hay más”



Embutidos El Arco
C/.La Parra, 1
47820 - Villabragima (VALLADOLID)
Tfno: 983 71 42 46
Fax: 983 71 42 07
www.embutidoselarco.es

El arco de la puerta que dividía al pueblo judío del cristiano sujeta su carnicería. El nombre le vino dado por uno de los elementos artísticos característicos de este pueblo, de Villabrágima, este arco, y el producto que ofrece por la tradición familiar transmitida a cuatro generaciones. Sus hijos Cecilio, Zulema y Beatriz la ayudan en el negocio, apoyo imprescindible para esta emprendedora, Olga Martín, que cogió los trastos tras la jubilación de su madre y no dudó en buscar apoyo allí donde se lo dieran. Así encontró la Asociación de Artesanos Alimentarios. Y así nació Embutidos El Arco.

Hereda tradición familiar pero no negocio.

Empiezo en el 2000 con esta empresa pero soy la tercera generación de carniceros. Mi madre se jubiló y nosotros nos dimos de alta, Primero pusimos una carnicería y luego, a los dos años, hicimos los secaderos. Hacemos jamones, chorizo, lomo, cecina, productos frescos adobados... Controlamos todo el proceso, conocemos al animal, lo llevamos vivo al matadero y luego lo vamos a recoger, vamos, que no pasa por otras manos. Pero sí, cambio el nombre pero heredo la tradición familiar, el modo de hacer, sobre todo en el arte de hacer embutido, aunque ellos se dedicaban más al cerdo.

Dos de sus hijos trabajan en la empresa familiar y otra la ayuda en momentos puntuales, por lo que debe sentirse orgullosa de haber legado la tradición a una cuarta generación.

Efectivamente mis hijos son la cuarta generación y sin ellos no podríamos haber hecho esto. Aquí hay mucho trabajo, llevar al matadero, recogerlo, despiezar, picar, hacer el embutido, elaborar, vender...mucho trabajo para una persona. Y de ellos será todo, evidentemente.

Hacer un buen embutido supone mucho trabajo, pero ¿cuánto tiempo pasa desde que elige un cerdo hasta que puede vender un embutido?

Si es chorizo fresco, al quinto día lo puedo vender, si es el curado, pasan treinta días, y si es cular, dos meses. El lomo lleva seis meses y el jamón, 18 meses. Por eso trabajamos con mucha previsión, yo se que hay industrias que en tres meses tienen un jamón, pero esa es la diferencia entre un embutido artesano y uno industrial.

Proceso en el que ponen en práctica trucos o secretos de tradición familiar...

Fundamental para hacer un buen embutido, que la carne esté reposada, escoger, no mucho, solo los nervios, porque tiene que tener su grasilla, echar

buen pimentón, sal, orégano a granel, ajo que pe-lamos nosotros mismos, amasar, esperar a reposar un día y embutir. Y luego una seca lenta, si lo haces rápido se ahueca. Mis clientes piensan de mi jamón que recuerda a lo de antes, y eso me llena de orgullo. Cuando me preguntan el truco digo, elaborar como antes y secar como antes, no hay más. El cerdo es de aquí, del mismo pueblo, se lo que mato, lo mimo desde el primer momento, comen cebada, aunque también se les ayuda con el corrector, como a un niño que se le da vitaminas, y luego atamos a mano y secamos el tiempo que se debe.

Sé que también sus clientes le piden de vez en cuando que les deje ver una matanza.

Muchas veces, muchas de las personas que vienen a comprar quieren ver cómo abrimos un cerdo, como atamos a mano un chorizo, porque nosotros seguimos atando con el hilo como antes, no tenemos esas máquinas que existen ahora, y les llama mucho la atención. Tengo clientes de mi madre, viene gente de Santander, de Vitoria, con hijos de treinta y tantos que venían con sus padres, algunos me han conocido de niña, y estoy muy orgullosa por eso.

¿Cómo llegó a la Asociación de Artesanos alimentarios?

Estamos en un pueblo, de 1.100 habitantes y con otras dos carnicerías. Entonces teníamos que hacer algo diferente para que nos conocieran. Había que pagar mucho, fue una inversión grande y a través de la Asociación conseguimos el dinero antes, y encima nos conocen en muchos sitios. Y conocía personalmente a Foro, que me traía la miel, y me animó a asociarme.

¿Encontró muchas dificultades para poner en marcha un negocio en su mayoría regentado por hombres, siendo mujer y asentada en el medio rural?

No encontré muchas dificultades, la verdad, me acogí a todas las subvenciones que daba la administración por ser empresaria artesana en el medio rural y con una empleada, mi hija. Creo que me subvencionaron la mitad. A mi me ayudaron mucho, si no, no hubiera podido hacerlo. Cuando empecé no teníamos nada, cero dinero y ahora no somos millonarios pero no nos podemos quejar, aunque esos si, desde abril más o menos si que notamos la crisis.

Defensora de la idea de que la unión hace la fuerza, opine sobre Tierra de Sabor

Si, quiero que mis productos sean Tierra de Sabor, estoy en ello, veo muy interesante la marca, es más, la gente ya empieza a conocer la marca y es importante para nosotros, nos da categoría y eso es bueno.



tierra
de
sabor

CASTILLA Y LEÓN

UNA PELICULA
QUE **NUNCA** ACABA

