



asociación
artesanos
alimentarios
Castilla y León

la voz artesana

Boletín informativo de los artesanos agroalimentarios de Castilla y León

NUMERO 30, OCTUBRE DE 2010



'Artesanos' mejor pyme de Castilla y León según los clientes de Carrefour

3 **Una cecina artesana
entre los 100 mejores
productos del mundo**

4 **La gran superficie
encaprichada de
Tierra de Sabor**

18 **Artesano del mes:
Piñones artesanos**

Tierra de Sabor alimenta la Seminci 2010



FOTOGRAFÍA: G.VILLAMIL/EL NORTE DE CASTILLA

Lo decía el propio director de la Semana Internacional de Cine de Valladolid, Javier Angulo poco antes de iniciarse el festival “los vinos y la gastronomía me sirven de argumento para convencer a los directores para que traigan sus películas a Valladolid”.

Pues bien, ese argumento ha estado este año corroborado por la presencia de Tierra de Sabor entre los patrocinadores del evento. El corazón amarillo se ha dejado ver no sólo en todos los espacios publicitarios del festival sino también se ha podido degustar a través de los productos incluidos en cada uno de los almuerzos que el festival ofrecía a actores, directores, productores, prensa especializada y críticos de cine venidos de diferentes partes del mundo.

Cabe destacar este año el especial seguimiento que ha tenido la Seminci, gracias entre otros motivos a la presencia de Antonio Banderas y a la proyección por primera vez al público de ‘También la Lluvia’, la película que representará a España en los Oscar de Hollywood. Este seguimiento ha motivado que todas las cadenas de televisión y radio nacionales tuvieran durante siete días sus ojos puestos en Valladolid, con periodistas y enviados especiales que incluían conexiones diarias e incluso la realización de programas nacionales en directo, caso de ‘Hoy por hoy’ de Carles Francino.

Contra la crisis, ingenio: llega el Lacto Turismo

La quesería Pedrajera La Cruz del Pobre acaba de rubricar un acuerdo con el Balneario palacio de las Salinas de Medina del Campo para proveer de la materia prima que permita poner en marcha un concepto novedoso en tratamientos corporales, de ocio y turísticos: el lácteatoturismo.

En opinión del director del balneario Carlos Alcántara, “para los aficionados al mundo del queso es atractiva la posibilidad de hacer este tipo de

turismo y conocer, de primera mano, el proceso de producción, cómo se elabora un queso de manera artesanal y todas las aplicaciones que los lácteos ponen a nuestro alcance.

A la degustación de quesos se unen los tratamientos a base de leche, junto con aguas minero medicinales que van a hacer que la piel luzca hidratada”.

La oferta del Palacio de las Salinas, para tres días y dos noches, incluye

un tratamiento termal de leche con aroma de canela: baño de leche enriquecido con proteínas de leche y colágeno marino con propiedades hidratantes y nutritivas, y posterior masaje con un ungüento mezcla de aceites naturales. También se realizará una visita a la quesería de Pedrajas de San Esteban, donde tendrá lugar una degustación de quesos, y se harán dos regalos: un queso de kilo y jabón de leche.

Tres estrellas de oro en los "Great Taste Awards" del Reino Unido para la Cecina de León IGP de la marca "5C" de Cecinas Nieto

Los premios de alimentación y bebidas en el Reino Unido Great Taste Awards han galardonado a Cecinas leonesa Nieto con tres estrellas de oro, la máxima categoría, y la valoración de "excepcional" por parte del jurado, que ha reconocido por primera vez con este distintivo a este embutido de vacuno.

La Cecina de León IGP artesana de la marca "5C" de Cecinas Nieto ha sido una de las ganadoras de las tres estrellas de oro -lo que significa que los jueces han valorado este producto de calidad como excepcional-, en los premios Gran Gusto (Great Taste Awards), los mayores y más prestigiosos premios de alimentación y bebidas en el Reino Unido y entre cuyos galardones hay tres categorías del premio: una estrella de oro: casi perfecto, dos estrellas de oro: Exquisito y tres estrellas de oro: Wow! Excepcional! Pruébalo!

Solamente 100 productos de alimentación y bebidas de los 6.027 presentados a concurso lograron este galardón, lo que proporciona un reconocimiento muy importante para aquellos productores y artesanos que realmente elaboran productos de calidad así como reciben valoración excelente de los críticos gastronómicos y los cocineros de mayor prestigio.

Además, todos los años estos prestigiosos premios se hacen coincidir con la feria Speciality & Fine Food de Londres, un evento especializado en la presentación de productos gourmet de todo el mundo al mercado del Reino Unido y donde se reúnen compradores, cocineros de prestigio y reconocidos catering

para descubrir nuevos productos de calidad. Es aquí donde todos los productos galardonados con los premios son presentados a los visitantes, como sucedió con la '5C' de Cecinas Nieto, que al haber obtenido la máxima distinción de estrellas de oro, tuvieron el privilegio de participar en la degustación y fiesta de los "2010 Great Taste Award" - 2010 premios Gran Gusto- que se celebró en la gran tienda especializada 'Fortnum & Mason'.

"Estar en esta tienda haciendo degustación de nuestra Cecina de León '5' ha sido el mejor escaparate para que el mercado británico pruebe y conozca este fantástico producto. Estoy muy orgullosa de las valoraciones recibidas así como del interés en el producto que han demostrado los asistentes a la gala. Creo que este acto ha supuesto una oportunidad irrepetible en la internacionalización de la Cecina de León elaborada por Cecinas Nieto.", manifestó la responsable de exportaciones de esta empresa artesana, Conchi Nieto.

Sólo otros dos productos españoles consiguieron el la máxima calificación, explicó Nieto, en concreto, un «jamón extremeño y un delicatessen de Sevilla». Para el productor, este reconocimiento no tiene un



premio en metálico, pero supone «un reconocimiento muy importante tanto en el Reino Unido como en los países de influencia anglosajona y, de manera especial, en las «ex colonias británicas de Oriente Medio».

facebook

Email

únete

sigue enchufado a toda la actualidad artesana a través de:

www.facebook.com/artesanoscyl

TIERRA DE SABOR

Las 43 tiendas de Alcampo se suman a la promoción de Tierra de Sabor

Cinco millones de clientes podrán conocer los productos de Tierra de Sabor que forman parte de la primera campaña promocional multi-producto puesta en marcha por la Consejería de Agricultura y Ganadería este año. Desde el pasado 1 de octubre y hasta el próximo 14, un total de 43 hipermercados del grupo Alcampo lucen el corazón amarillo en lugares destacados y también en sus lineales.

Para conocer de primera mano la evolución de la campaña, la consejera de Agricultura y Ganadería, Silvia Clemente, visitó ayer el hipermercado Alcampo del centro comercial La Vaguada de Madrid, uno de los más emblemáticos del grupo y por donde más clientes pasan al cabo del año, con cinco millones de tickets. Clemente agradeció el «esfuerzo» realizado por los responsables de la cadena, propiedad del grupo familiar Auchan, y destacó que el principal objetivo es incrementar la presencia permanente de nuevos proveedores y productos de la comunidad en las tiendas de la firma, lo que dependerá de los resultados que arroje esta primera campaña, informa Ical. En la actual campaña participan 241 productos de 36 industrias agroalimentarias de la comunidad. La promoción abarca todos los sectores, como el cárnico, con sesenta referencias, el de frutas, verduras y hortalizas, con 48, el lácteo, con 43, o el de vinos, con 33 marcas disponibles. Además, Tierra de Sabor ofrece legumbres, platos precocinados, snacks y otras bebidas. El 60% de los productos que estos días se pueden



adquirir en Alcampo no están a la venta habitualmente, lo que «supone abrir la puerta a que estas nuevas referencias se queden. El consumidor decidirá», señaló Clemente.

El director de Relaciones Institucionales de Alcampo, Antonio Chicón, corroboró que «se mantendrán los productos siempre que el cliente lo demande» y subrayó que «los precios son magníficos». Además, apuntó que hasta el momento la campaña «está funcionando bien», sobre todo determinados alimentos, como las hortalizas y los vinos. «Creo que todos vamos a terminar contentos», añadió.

«Proyección al exterior»

Los 43 hipermercados que participan en la campaña están distribuidos en 20 provincias. Además, 17 de esos centros se ubican en los principales puntos de venta de España, como son Madrid y Barcelona. La consejera destacó que esta «proyección al exterior» estará reforzada con la distribución de dos millones y medio de folletos.

Alcampo se une así a la lista de grupos en los que Tierra de Sabor ha estado ya presente, como El Árbol, El Corte Inglés e Hipercom y Carrefour. Todas estas campañas, añadió la consejera, «dieron muy buenos resultados», con un incremento de las ventas durante la promoción de un 35% y la permanencia de nuevas referencias. Estas actuaciones, que forman parte del I Plan de Promoción y Comercialización del Sector Agroalimentario 2008-2011, se acompañan con las campañas específicas de productos, como las de la patata, el lechazo o las hortalizas. Mientras, Tierra de Sabor continúa creciendo. Hasta el momento, según informó la Consejería, ha recibido la solicitud de adhesión de 623 empresas para 3.767 productos. La consejera resaltó que, gracias a estas campañas y a las líneas de apoyo económico de la Consejería, el sector agroalimentario de la comunidad está sorteando mejor la crisis que otros. La nueva línea de préstamos permitirá inyectar circulante a las empresas del sector.

ACCIONES DE DIVULGACIÓN DE LA MARCA

El Árbol. Comunicación en tienda, etiquetado de lineal, marquesinas y señalización, además de promociones dirigidas a la base de datos de la tarjeta de fidelización de la cadena. Se trata del primer acuerdo suscrito con la distribución, en marzo de 2009.

El Corte Inglés e Hipercom. 87 supermercados y centros promocionaron Tierra de Sabor en sus pasillos. Se editaron un millón de folletos y se desarrolló del 17 de abril

al 17 de mayo. Aumentaron las ventas el 32%.

Carrefour. Acciones de identificación del producto en el lugar de venta y 875.000 folletos, cupones descuento y mailing. Del 4 al 20 de mayo de 2009. Aumentaron las ventas el 34%.

Patata, lechazo y hortalizas. Las acciones sobre estos tres productos relanzaron sus ventas en varias cadenas de supermercados.

TIERRA DE SABOR

“Tierra de Sabor” hace que Carrefour incremente en 2009 un 6% sus compras a industrias de Castilla y León, alcanzando los 346 millones de euros

La Consejera de Agricultura y Ganadería, Silvia Clemente, ha visitado la nueva acción promocional de la marca de garantía para los productos agroalimentarios de calidad de Castilla y León que se realiza en 53 hipermercados Carrefour de toda España. Una promoción que ha permitido la entrada de 43 nuevos artículos en los lineales de este grupo. Promoción que llegará a los 6.500.000 clientes que se espera pasen en ese periodo por estas superficies comerciales. Esta iniciativa pretende incrementar la venta de los productos agroalimentarios de calidad de Castilla y León en toda España y dar a conocer nuevas referencias a los clientes de esta cadena de distribución, así como incrementar el grado de conocimiento de la enseña creada por la Junta de Castilla y León para los productos agroalimentarios de calidad.

Para dar a conocer esta campaña se han buzoneado 1.900.000 folletos exclusivamente dedicados al sello de calidad de los alimentos de Castilla y León y se han ambientado espacios específicos de Tierra de Sabor en cada hipermercado. Además cada producto perteneciente al distintivo de calidad creado por la Consejería de Agricultura y Ganadería se encuentra especialmente señalado en los lineales de los hipermercados que esta compañía tiene por toda España.

Participan en esta campaña 177 pro-

ductos de un total de 72 industrias agroalimentarias de Castilla y León. La promoción abarca todos los sectores, destacando los productos cárnicos con 45 referencias, y vinos, lácteos y frutas, verduras y hortalizas con 31 artículos cada uno.

Dentro de los 177 productos participantes hay 43 artículos nuevos pertenecientes a 24 empresas que logran así introducir sus referencias en esta importante cadena de distribución. La promoción que actualmente se puede encontrar en Carrefour se desarrolla en ocho comunidades: 8 de los hipermercados participantes están situados en Castilla y León y los 45 restantes en Madrid, Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco, Navarra y Aragón. Se han elegido estas ubicaciones por ser mercados donde los productos de la región tienen una buena acogida.

El pasado año ya se realizó una promoción multiproducto en los hipermercados Carrefour con la que se consiguió incrementar las ventas de productos de la Comunidad un 34% durante el periodo de promoción. Una acción que se desarrolló del 4 al 20 de mayo en los hipermercados nacionales de este grupo y del 12 al 30 de mayo en las superficies de esta cadena en la región.

Las promociones han permitido que se haya incrementado la compra de esta cadena a proveedores de la Comunidad. El pasado año, a pesar de la situación económica nacional y del descenso del consumo, este grupo ha incrementado un 6% el volumen de compras a proveedores castellanos y leoneses. En concreto en el 2009 realizó compras a 272 empresas agroalimentarias por valor de 346 millones de euros.



cuenta lo que pasa

La Voz Artesana es tu revista, está a tu disposición es tu medio para dar a conocer tu trabajo, tus éxitos, tus noticias o tu actualidad. Contamos contigo.

Haznos llegar tus noticias en el correo: comunicacion.mc@artesanoscyl.es



La Red Española de Pequeñas Queserías se presentó en el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, al que ha pedido ayuda para estudiar a fondo el sector



La Red Española de Pequeñas Queserías, Peques, continúa trabajando para llegar a los máximos socios posibles y favorecer realmente al sector y a sus productores. Y uno de los pasos más importantes era la visita de la Junta directiva - el presidente Julián Rodríguez y David Aparicio, María del Carmen Pérez y Enric Canut como secretario-, a la sede del MARM en Madrid para ser recibidos por el equipo de Isabel Bombal, la responsable de Promoción Alimentaria del Ministerio, a los que presentaron la idea de la asociación y una serie de necesidades.

Entre ellas la de conocer y estudiar realmente cómo está el sector de los pequeños productores queseros. Y fue esta además la primera petición por parte del ministerio, hacer una radiografía en la que se cuantifique cuantas empresas podrían formar

parte de Peques y sus principales problemas. “Nos han ofrecido ayuda para hacer ese estudio, que nos daría recursos para hacer ese inventario de empresas que es sin duda nuestra primera necesidad”, explicó uno de los miembros de la Junta Directiva, David Aparicio.

Así, ya han presentado la solicitud para esta ayuda que al parecer si será una realidad, puesto que como indicó Aparicio, hay bastantes posibilidades de que sea concedida esta cuantía económica.

Otra de las necesidades es el desarrollo de las Guías de Prácticas Correctas de Higiene que sustituyan a las actuales APCC, algo que pidieron que se promueva conjuntamente con la AESA del Ministerio de Sanidad y Consumo para así evitar las comparaciones entre regiones y dar a esto un carác-

ter unificado a nivel nacional.

Estos fueron los dos principales puntos de la reunión, celebrada el pasado 22 de octubre, aunque en ese despacho surgieron también otros puntos de inquietud para los miembros de la Junta Directiva de Peques, como Organización de alguna Jornada técnica potente que sirviera de encuentro entre todos los miembros y asociaciones de Peques –entre la que se encuentra la Asociación de Artesanos Alimentarios de Castilla y León- y la organización de alguna feria o mercado sobre Quesos Españoles de Pequeñas queserías, con la posibilidad hacerla itinerante y llevarla por las grandes capitales españolas. Respecto a esto, desde el Ministerio se animó a los asistentes a seguir trabajando, aunque sin prisa y poco a poco.

Otras ideas de la red como la creación de la web del grupo continúan a la espera de la llegada de fondos para poder empezar a cobrar vida, como explicó Aparicio.

Hasta Madrid trasladaron sus necesidades los representantes de Peques, que aprovecharon para reunirse y perfilar los puntos de la reunión el pasado 8 de octubre en Teba, Málaga, durante la celebración de la feria de la localidad.

Todos los artesanos queseros podrán pertenecer a la red Peques – siempre que cumplan con el límite que marcan los estatutos, de dos millones y medio de litros de leche al año-, a través de la asociación o bien por su cuenta, si lo prefieren.

Los consumidores españoles tienen previsto gastar menos este año en sus compras navideñas

Según el estudio de Symphony IRI Group, presentado por su directora general en España, Eva Vila, los consumidores ahorrarán algo este año en sus compras navideñas.

Así, el 59% de los consumidores españoles comprará los mismos regalos que otros años estas navidades,

pero el 51% tiene previsto gastar menos dinero en ellas.

El 29% de los consumidores no ha decidido aún cuándo va a empezar a hacer este tipo de compras, y el 25% tiene previsto hacerlo en el mes de noviembre, es decir con poca previsión.



En 2011, la Junta de Castilla y León destinará para Agricultura y Ganadería 596.181.344 euros

Dentro de la austeridad presupuestaria, se dará prioridad a la competitividad del sector agrario y agroindustrial

La Consejera de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León, Silvia Clemente, ha presentado en las Cortes Autonómicas el proyecto de presupuestos que el Gobierno de la Comunidad destinará el próximo año al sector agrario y a su industria de transformación.

Con una disminución del 7,99%, tiene la menor reducción de financiación tras los compromisos sociales. Destaca el apoyo a la competitividad del sector agrario y agroalimentario con 157.596.678 euros, el 21% más que en este ejercicio. Y se anuncian nuevas contrataciones de obras de regadío por importe de 47 millones de euros que afectarán a 17.500 hectáreas

Estas circunstancias justifican, en buena medida, una sensibilidad hacia el sector agrario y alimentario que contará para el ejercicio 2011 en Castilla y León con unos presupuestos de

596.181.344 euros, que supone una disminución del 7,99% respecto al ejercicio actual, reducción inferior a la media de los diferentes departamentos del Gobierno regional (11,30%).

Con la financiación de las ayudas de la Política Agrícola Común, que se mantienen al mismo nivel que el ejercicio actual, el presupuesto que gestionará la Consejería de Agricultura y Ganadería será de 1.520.025.413 euros, es decir un 3,29% menos que el actual.

El Plan Integral Agrario y la Competitividad

Las características de este presupuesto están enmarcadas en el Plan Integral Agrario para el Desarrollo Rural de Castilla y León aprobado por el Gobierno de Castilla y León el 11 de junio de 2009. Plan que ha sido garantizado por el presidente Herrera extendiéndolo hasta el 2015, como la financiación europea que acompaña. En el 2011, la aplicación del Plan Integral Agrario supone el desarrollo de



actuaciones por 452.940.984 euros que se componen de la aportación de fondos europeos, del Estado, y de manera fundamental de la Consejería de Agricultura y Ganadería que aporta el 70% de los fondos en este marco de desarrollo presupuestario que abarca el periodo 2007-2013.

En 2011, la Junta de Castilla y León destinará para Agricultura y Ganadería 596.181.344 euros

Dentro de la austeridad presupuestaria, se dará prioridad a la competitividad del sector agrario y agroindustrial

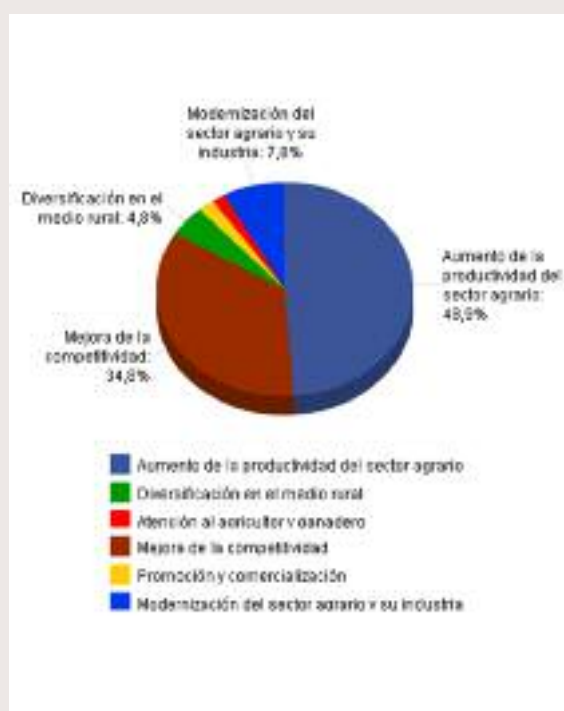
La Consejera de Agricultura y Ganadería de la Junta de Castilla y León, Silvia Clemente, ha presentado en las Cortes Autonómicas el proyecto de presupuestos que el Gobierno de la Comunidad destinará el próximo año al sector agrario y a su industria de transformación.

Con una disminución del 7,99%, tiene la menor reducción de financiación tras los compromisos sociales. Destaca el apoyo a la competitividad del sector agrario y agroalimentario con 157.596.678 euros, el 21% más que en este ejercicio. Y se anuncian nuevas contrataciones de obras de regadío por

importe de 47 millones de euros que afectarán a 17.500 hectáreas

Estas circunstancias justifican, en buena medida, una sensibilidad hacia el sector agrario y alimentario que contará para el ejercicio 2011 en Castilla y León con unos presupuestos de 596.181.344 euros, que supone una disminución del 7,99% respecto al ejercicio actual, reducción inferior a la media de los diferentes departamentos del Gobierno regional (11,30%).

Con la financiación de las ayudas de la Política Agrícola Común, que se mantienen al mismo nivel que el ejercicio actual, el presupuesto que gestionará la Consejería de Agricultura y Ganadería será de 1.520.025.413 euros, es decir un 3,29% menos que el actual.



Una veintena de restaurantes de 14 municipios de la provincia ofrecen del 29 de octubre al 1 de noviembre menús a 1,5 euros en las II Jornadas de Tapas Micológicas de la Provincia de Valladolid



Del 29 de octubre al 1 de noviembre, 20 bares y restaurantes de 14 municipios del medio rural de la provincia Valladolid ofrecerán una tapa micológica elaborada con hongos silvestres al precio de 1,5 €. Se pretende de esta manera difundir la riqueza culinaria de uno de los recursos con más futuro de nuestros montes, a la vez que estimular la creatividad en las cocinas de los restaurantes de la provincia. Una buena oportunidad para co-

nocer nuestros pueblos y degustar ricas propuestas gastronómicas en forma de tapa.

Un año más, visto el éxito de la edición pasada, la Diputación de Valladolid, en colaboración con la Asociación Provincial de Empresarios de la Hostelería de Valladolid organiza, del 29 de octubre al 1 de noviembre, las II Jornadas de Tapas Micológicas de la Provincia de Valladolid. Con ellas se pretende dinamizar el sector hostelero de la provincia y estimular el consumo de hongos silvestres de Castilla y León, una región con una riqueza micológica extraordinaria, donde las setas ostentan un gran reconocimiento y son elogiadas en las mejores mesas de todo el mundo.

Esta actividad se enmarca dentro del Proyecto MYAS-RC de Regulación y Comercialización de los Recursos Micológicos de Castilla y León suscrito entre la Junta de Castilla y León y la Diputación de Valladolid. Se trata de un proyecto de ámbito regional cuyo objetivo esencial es optimizar los beneficios socioeconómicos que generan las setas en Castilla y León, garantizando su sostenibilidad.

Los establecimientos participantes elaborarán tapas que cuenten entre sus ingredientes con alguna de los hongos comercializables presentes en Castilla y León. Durante los días de celebración de las

jornadas se ofrecerán al público general a un precio de 1,5 €.

Todos los bares y restaurantes dispondrán en la entrada de su establecimiento de un cartel identificador que acredite su participación en las jornadas. Previamente a los días de la degustación de las tapas, los cocineros de estos establecimientos participantes asistirán a un interesante curso práctico de gastronomía de las setas impartido por Fátima Pérez Andrés, una especialista de reconocida trayectoria en el ámbito de la cocina micológica.

La Diputación de Valladolid acoge la exposición micológica del proyecto Myasrc en los Centros Turísticos provinciales durante los meses de noviembre y diciembre con carácter gratuito. Con motivo de la presencia de dicha exposición la entrada a los Centros Turísticos incluirá una degustación de cocina micológica.

Con motivo de la realización del Proyecto Myasrc, la Diputación de Valladolid organizará actividades en el Museo del Pan, el Canal de Castilla, la Villa del Libro y el CIN de Matallana.

Esta programación consistirá en la celebración de catas, degustaciones y exposiciones sobre las setas en nuestra provincia que irán acompañadas de maridajes con los vinos de la Denominación de Origen Rueda.

Artesanos Alimentarios y Tierra de Sabor, en el Premio de Equitación de Ancades

La Asociación de Artesanos Alimentarios y Tierra de Sabor patrocinaron la final de la Asociación Nacional de Criadores del Caballo de Deporte, Ancades, que englobó el Concurso Morfológico, el Campeonato de España de Caballos Nacionales y el Campeonato de España de Yeguas el pasado mes

de septiembre en el Centro Ecuestre de Castilla y León de Segovia.

Los productos de Artesanos Alimentarios se expusieron en un stand que pudieron visitar tanto los participantes como el público que se dio cita en el recinto, en su mayoría castellano leoneses y madrileños.

Hasta este recinto segoviano acudieron personalidades como la Infanta Doña Elena de Borbón y el presidente de la Junta de Castilla y León, Juan Vicente Herrera, que recibió la Medalla de Oro de la Real Federación Hípica Española por su enorme contribución al desarrollo hípico de la Comunidad.

LA WEB DEL MES

Queserías La Cruz del Pobre



Cada mes queremos destacar la labor que los artesanos realizan por integrarse en las nuevas tecnologías, por eso queremos entresacar una web, foro, red social, etc que tenga un artesano como protagonista y que demuestre el trabajo que se hace en materia de adaptación a las TIC.

Este mes traemos una web que nos ha sorprendido más que por su diseño por la utilización que nuestros amigos de la Quesería La Cruz del

Pobre de Pedrajas hace de ella. mantiene un foro de noticias abierto y actualizado y un curioso apartado donde los amigos de sus quesos participan con fotografías que se realizan por todo el mundo llevando alguno de sus productos. Además cuenta otra curiosa iniciativa, la del "lactoturismo". Lo dicho una estupenda herramienta que además está siendo muy bien usada.

www.lacruzdelpobre.es

La Voz Artesana' ahora también se puede seguir en issuu.com

Sumamos una nueva plataforma a la difusión de la revista de los artesanos de Castilla y León, ahora mes a mes se podrá leer y visualizar la revista en:

issuu.com/groups/artesanoscyl

Existe además un grupo de discusión desde donde comentar, aportar e intercambiar opiniones respecto a los artículos publicados. la intención es continuar aportando herramientas que faciliten el intercambio de información y conseguir la mayor difusión posible de la Asociación y de los productos Artesanos de Castilla y León.



LECTURAS DEL MES



QUALIGEO. Atlas of European and non-European PDO, PGI, TSG agri-food product
Autor: Mauro Rosati

Editado en inglés.
Qualigeo Atlas es el primer trabajo editorial que describe alrededor de 850 productos agroalimentarios europeos, a través de una completa ficha-producto escrita con un lenguaje sencillo y bien integrado.
Precio: 50.00 Euros



La multifuncionalidad de la agricultura en España
Eumedia, S.A. y Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Coordinadores: José A. Gómez-Limón. Jesús Barreiro Hurlé.
Concepto, aspectos horizontales, cuantificación y casos prácticos
Precio (con IVA): 38.00 Euros



La Biotecnología aplicada a la agricultura
Varios autores

En los medios de comunicación aparecen constantemente nuevas aplicaciones de la Biotecnología en la Agricultura, generando encendidos debates sobre sus posibles riesgos y beneficios.
Precio (con IVA): 19.99 Euros

Artesanos Alimentarios, mejor Pyme agroalimentaria de la región en 2010 según los clientes de Carrefour



La Viceconsejera de Desarrollo Rural de la Junta, María Jesús Pascual, fue la encargada de hacer entrega al representante de los artesanos, Telesforo San José, la placa que acredita a la Asociación como Premio Carrefour a la mejor Pyme regional del año 2010

Abrió el acto el presidente del grupo francés en España, Rafael Arias-Salgado, acompañado por el director en Castilla y León, Agustín Alcaraz.

La Asociación de Artesanos Alimentarios y su plataforma es la mejor Pyme de 2010 de la región. Así lo decidieron los clientes de los 8 grandes supermercados que Carrefour tiene en Castilla y León durante la celebración de la feria de productos regionales el pasado mes de junio. Los productos de Artesanos Alimentarios fueron escogidos entre los más de 300 de las 60 empresas participantes en esa campaña, que llegó a 384.000 clientes. Así lo explicó el responsable en la región del grupo francés, Agustín Alcaraz, durante el acto de entrega del premio a la mejor Pyme de Castilla y León en 2010.

Alcaraz destacó además el imparable crecimiento de la Plataforma Comercial, empresa que cuenta en la actualidad con 88 socios -y en espera de próxima ampliación-, que coloca en los lineales del grupo 257 referencias, muy bien valora-

das por los consumidores y clientes de Carrefour.

Del voto de los consumidores habló también el presidente de la cadena en España, Rafael Arias-Salgado, destacando que es precisamente esto “lo que le da valor al premio”, y no dejó pasar la oportunidad de tender de nuevo la mano a la Asociación de Artesanos Alimentarios, representada en el acto por el presidente Telesforo San José y por el gerente Gerardo Merino. “Tenemos abiertos nuestros lineales a las innovaciones que ustedes nos ofrezcan”, reconoció.

“Nuestra vocación como empresa de distribución es colaborar con la industria agroalimentaria de Castilla y León. Debemos trabajar juntos para garantizar la libertad de elección de nuestros consumidores, tenemos que garantizar esa posibilidad de elección. Por eso llevamos

muchos años trabajando juntos, todo para favorecer un proyecto en el que queremos ganar todos, los clientes, la industria agroalimentaria de Castilla y León y la empresa de distribución”, apuntó Arias- Salgado.

La invitación a esa continuidad en la colaboración la recogió de inmediato el presidente de la Asociación de Artesanos Alimentarios, Telesforo San José. Tras recibir la placa de manos de la Viceconsejera de Desarrollo Rural de la Junta de Castilla y León, María Jesús Pascual, el representante de Artesanos reconoció la dureza del trabajo y del posicionamiento en el mercado para las empresas a las que representa. “Somos empresas con pocos trabajadores, en su mayoría, que vendemos nuestros productos gracias a que creemos en ellos y a que desde la Junta de Castilla y León nos han apoyado y también han creído en nosotros haciéndonos representantes de la marca Tierra de Sabor”, explicó San José.

Para una de las grandes defensoras de la artesanía alimentaria regional, María Jesús Pascual, el premio a Artesanos es un premio bien merecido. “Porque con orgullo pueden decir que engloban el 60% de la producción artesanal de la región y porque sus productos se codean con los de las primeras marcas en los lineales de los centros de distribución”, reconoció. Como no podía ser de otra manera la Viceconsejera de Desarrollo Rural destacó además el valor de las dos empresas premiadas, Artesanos como mejor Pyme y Gullón como empresa innovadora, como “defensoras del medio rural, ya que ambas trabajan en este medio”, dijo.

Al acto de entrega de este premio, que se celebró el pasado 13 de octubre en el Hotel AC palacio de Santa Ana de Arroyo de la Encomienda acudieron además el director general de Industrialización y Modernización Agraria Jorge Morro, el vicepresidente primero de la Diputación de Valladolid, Alfonso Centeno, así como los directores de los principales centros de Carrefour en la región.



El presidente de Carrefour España, Rafael Arias-Salgado, durante su alocución
Telesforo San José recoge el premio de manos de la Viceconsejera de Desarrollo Rural, María Jesús Pascual
Muestra de productos durante el acto

Los 'Premios Cincho' 2010 incrementan un 32% las muestras con respecto al 2008



La suerte está echada. O lo que es lo mismo, los quesos catados y valorados. Y ahora habrá que esperar al próximo mes de diciembre -coincidiendo con el acto de entrega-, para conocer qué quesos son los ganadores de los Cincho 2010, la segunda edición del concurso internacional y la octava a nivel nacional.

Un total del 32 % más de muestras se han presentado este año a la edición de los Premios Cincho respecto a la última edición celebrada, en 2008. Un nuevo dato de récord para los premios más importantes del país en este sector, y en el que una de las regiones mayores productoras de queso, Castilla y León - cerca de la tercera parte de la producción nacional de queso se realiza en esta Región-, ha sido la más representada, con 305 muestras a concurso, lo que supone el 37'5% del total. La siguen la comunidad de Castilla La Mancha con 94 y Andalucía con 65 muestras. Las 847 muestras de queso recibidas en esta ocasión corresponden a 13 países - Alemania, Argentina, Dinamarca, España, Francia, Holanda, Irlanda, Italia, Portugal, Reino Unido, Rumania, Suiza y Uruguay-, y están representadas todas las Comuni-

dades Autónomas de España. Los 120 catadores participantes en las catas son de Argentina, Estados Unidos, Francia, Italia, Portugal, Reino Unido, Rusia, Uruguay, Alemania y España, entre los que han figurado elaboradores artesanos y personalidades de reconocida solvencia como Enric Canut. La Junta de Castilla y León a través de la Estación Tecnológica de la Leche de Castilla y León, que se encarga de la organización directa de los premios, pidió colaboración a la Asociación de Artesanos Alimentarios para aportar elaboradores como miembros del jurado de catas. Así, Eulalio Escarda Pedriza, de La Cruz del Pobre o Carmen Prieto, de Campo Prieto, entre otros, participaron en las sesiones de catas que se celebraron el pasado mes en el Hotel AC Palacio de la Encomienda de Valladolid. En total 120 catadores elegirán los mejores quesos de esta edición, una cifra que supone un importante aumento respecto a los 50 que estuvieron en la edición anterior, incremento que aporta un valor añadido al concurso y amplía su repercusión mediática ya que permite la inclusión de una mayor representación de profesionales

del sector, así como de otros indirectamente relacionados como la distribución, la restauración o los medios de comunicación. Hasta una de las jornadas de catas se trasladó la Viceconsejera de Desarrollo Rural de la Consejería de Agricultura y Ganadería, María Jesús Pascual.

Los quesos que se han presentado a este II Concurso Internacional Premios Cincho se han clasificado en cinco categorías: Quesos frescos, Quesos de Pasta Blanda, Quesos de Pasta Semidura o Dura, Quesos afinados por mohos y otros. En cada uno de los grupos en los que se divide el certamen se otorgará un Cincho de Oro y un Cincho de Plata. Además, si la organización considera que las muestras presentadas son merecedoras de ello, se podría otorgar el premio como “El mejor queso de Castilla y León 2010” y “El mejor queso artesano de Castilla y León del año 2010”, un premio que en la última edición, hace dos años, consiguieron Andrés Campo y Carmen Prieto, de Campo Prieto.

Este concurso supone uno de los eventos más importantes que organiza la Junta de Castilla y León en apoyo al sector productor y a las industrias lácteas regionales, que constituyen una parte sustancial de la transformación láctea del país. En cuanto a la producción de queso, cerca de la ter-

cera parte de la producción nacional se realiza en esta Región. Una cifra que llega hasta el 65% del total nacional en el caso del queso puro de oveja.

La relevancia de los quesos de Castilla y León además de la cantidad se puede comprobar en la calidad. Esta Comunidad cuenta con las siguientes figuras de calidad para este producto: D.O.P Queso Zamorano, I.G.P Queso de Valdeón y M.G Arribes de Salamanca. A estas hay que unir la recientemente marca colectiva creada por la Federación de Industrias Lácteas de Castilla y León, ‘Queso Castellano’, que en tan sólo seis meses de vida ya tiene 23 empresas inscritas.



La opinión de un miembro del jurado de catas

Eulalio Escarda (La Cruz del Pobre), artesano miembro del jurado de catas. Cató queso de oveja, diez muestras, que valoró visual y sensorialmente.. “A mi de los diez me gustaron muchísimo tres, pero los otros siete creo que mas sabor de seis meses de curacion que de nueve, como nos habian dicho ”, reconoció este artesano. La Cruz del Pobre ha presentado su queso semicurado y curado puro de oveja a este concurso que le parece muy beneficioso para el sector y en cuya creación participó Eulalio Escarda de forma muy activa. “Estaba estudiando en Villalta, en la Escuela, el curso de Maestro quesero, y fue el primer año de los cincho y nos tocó preparar los quesos, recibirlos..., en fin, que me siento también partícipe de este certamen”, recordó.

“Me presenté como catador a través de la



Asociación, y no me arrepiento porque nos trataron fenomenal y porque la experiencia ha estado muy bien”, explicó este quesero de Pedrajas de San Esteban.

ENCUENTROS CON EL DORADO



19.10.2010
TEATRO JUAN BRAVO

Artesanos Alimentarios en los Encuentros con el Dorado de Segovia

Telesforo San José explicó la experiencia de las empresas artesanas como prescriptoras de la marca de garantía Tierra de Sabor, en un acto organizado por Cochinillo de Segovia y en el que participaron además la Consejera de Agricultura, Silvia Clemente, el presidente de Itacyl, Jesús Gómez, el actor Imanol Arias y el periodista Carlos Herrera.

No es la primera vez que lo explica, y esta vez lo hizo en Segovia, en el Teatro Juan Bravo, y ante los miembros de Procese, la asociación que defiende el cochinillo de Segovia. Los beneficios de Tierra de Sabor para los productores, al menos la mayoría, no se han hecho de rogar y son fácilmente cuantificables.

“Tierra de Sabor era algo que necesitábamos y demandábamos, veíamos esta necesidad y así se lo hicimos saber a la Consejera Clemente”, reconoció Telesforo San José en la apertura de su intervención: El presidente de Artesanos Alimentarios, y también su gerente, Gerardo Merino, respondieron así a la llamada del presidente de la marca de Garantía Cochinillo de Segovia, José María Ruiz, para explicar en esta segunda edición, de carácter bianual, de los premios la experiencia de este grupo como asociado a la marca de garantía regional.

“No nos imaginábamos que Tierra de Sabor iba a beneficiarnos tanto, tenemos actualmente unos 3.000 referencias en los grandes mercados y hemos visto un incremento del 400% en algunas empresas y del 120% aproximadamente en el global de la Plataforma Comercial du-

rante la campaña 2008-2009, un porcentaje al que hay que sumar un 70% más aproximadamente en la campaña 2009-2010”, explicó San José.

Y es que, tal y como comentó el presidente, la apertura en la comercialización era impensable: “Pensar que mi producto artesano se está promocionando actualmente en todos los centros que Carrefour tiene en España era casi una utopía, la verdad”.

Todo ello a pesar de que, como añadió el gerente de la asociación, las grandes superficies conocen las limitaciones de los productores artesanos. “Nuestros clientes saben que la artesanía no puede fabricarse en gran volumen, y ese es un riesgo que conocen y están dispuestos a asumir”, apuntó Gerardo Merino.

“Las cadenas nos aprietan, no vamos a negarlo, y más en estos momentos, pero nos valoran y nos quieren, y además quieren y les gusta que nuestros productos sean Tierra de Sabor”, apuntó Merino.

Con todo ello se ha conseguido además algo difícil de imaginar para muchos hace unos años. “Queríamos que lo que

hacemos saliera de nuestros pueblos”, reconoció Telesforo San José.

Los representantes de Artesanos recogieron el testigo del subdirector de Calidad y Promoción Alimentaria de Itacyl, Antonio Lubiano, que introdujo a los asistentes una serie de datos acerca de Tierra de Sabor. “Nos faltan productos del mar, pero para esto no tenemos remedio”, bromeó.

Lubiano explicó cómo, cuando y por qué nace Tierra de Sabor. “Se llega a esta marca tras analizar el sector en 2007 y 2008, estudiar el mercado y a los consumidores, y dar forma a un logo, al trazo... así nació en 2009 esta marca que es un paraguas de todos los productos regionales, que los ubica”.

“Apostamos así por lo local, por lo cercano, por algo que ya sabíamos que había funcionado en los mercados anglosajones años atrás”, añadió.

Las cifras son buenas. Como explicó Lubiano, actualmente un 19% de la industria alimentaria de Castilla y León pertenece a Tierra de Sabor, de las 3.200 industrias agroalimentarias unas 628 ya lo son o han solicitado serlo, unas cifras que superan con creces a las de otras marcas. Los periodos en los que mayor número de solicitudes se han recibido coinciden, añadió, con las principales campañas publicitarias, como la del actor de CSI, la del lechazo o la de la patata.

Por sectores, la mayoría de los productos Tierra de Sabor son cárnicos (44,27%), seguidos por los vinos (17,7%), las frutas, verduras y hortalizas (11,87%), los derivados de cereales (9,9%) y los lácteos (8,77%). “Esta es en realidad la radiografía del sector agroalimentario”, añadió Lubiano.

En Tierra de Sabor la mayoría de los productos pertenecen a Denominaciones de Origen e IGP's, un 23%, seguidos de los artesanos (22%) y de las marcas de Garantía (10%).

Tras la exposición de datos el subdirector de Itacyl recordó el primer balance del comportamiento de la marca en los mercados, el que hizo la consultora Nielsen que indicaba que el 98% de los castellanos y leoneses reconocen la marca y el 60% de los ciudadanos del resto de regiones, también. Unos datos que superan con cre-

ces a los de otras marcas con una década de recorrido, como Galicia Calidade (en torno al 64% de los españoles no gallegos la conocen) y Andalucía Calidad Certificada (en torno al 70%).

En los Encuentros con el Dorado participó también el periodista y director de Herrera en la Onda Carlos Herrera, que cedió la palabra a la Consejera de Agricultura de la Junta de Castilla y León, Silvia Clemente, que clausuró el acto.



La CNC cree que el Anteproyecto de Ley de la Calidad Agroalimentaria restringe la competencia

La Comisión Nacional de la Competencia (CNC) considera que el Anteproyecto de Ley de la Calidad Agroalimentaria (Aplca) provoca un riesgo de confusión normativa y que las modificaciones propuestas y el modelo de protección de calidad diferenciada pueden resultar restrictivos de la competencia.

Así lo indica el informe de la CNC dado a conocer hoy y que aprobó el Consejo de este organismo en su reunión del pasado 6 de octubre.

La directora general de Industria y Mercados Alimentarios del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (MARM), Isabel Bombal, por su parte, ha asegurado que las críticas de la CNC al Anteproyecto aluden más a una cuestión de redacción que de fondo.

Bombal ha indicado a Efeagro que el Ministerio ya conocía el contenido del informe al estar permanentemente en contacto con el citado organismo de la competencia.

El documento explica que el Aplca no debería permitir ningún género de dudas sobre la sujeción de los operadores del sector agroalimentario a la normativa de competencia en relación con los aspectos que regula.

Explica que existe un riesgo de "confusión normativa o de incertidumbre jurídica" respecto a la obligación de respetar las normas de defensa de la competencia y, en particular, en las modificaciones propuestas de la Ley 2/2000, de 7 de enero, reguladora de los contratos-tipo agroalimentarios y en el modelo de protección de calidad diferenciada que establece el Aplca.

El informe de la CNC subraya que el texto otorga a las organizaciones de productores la posibilidad de negociar precios y condiciones de pago en representación de sus miembros, "lo que supondría eliminar la competencia en el mercado en cuestión, claramente más allá de lo que permite actualmente la le-

gislación comunitaria".

En su opinión, esta posibilidad de negociar precios entra en contradicción con el artículo 3 d, de esa misma ley, en la que se reconoce que el precio a percibir debe ser libremente fijado por las partes que firman en contrato.

La CNC afirma que la posibilidad de que los contratos-tipo agroalimentarios puedan incorporar determinados indicadores de precios o de costes puede dar lugar a problemas de competencia en el caso de que el indicador sea manipulable, no sea objetivo, ni transparente, o si incluye elementos que encubran la fijación de precios mínimos.

Respecto a la protección de calidad diferenciada, la CNC dice que las funciones que se atribuyen a las entidades de gestión de la calidad diferenciada vinculadas a un origen geográfico no deben permitir dar amparo a prácticas restrictivas de la competencia por parte de estos operadores.

La CNC considera que debería establecerse una separación entre las funciones de gestión de la calidad diferenciada correspondiente a los Consejos Reguladores y el control de dicha calidad.

Competencia cree que el Aplca no ha aprovechado satisfactoriamente la regulación que realiza del control de calidad diferenciada para introducir competencia en dicha tarea de verificación.

Refleja, además, que no garantiza que dicha verificación pueda encargarse a operadores privados de manera análoga a lo que existe en otras actividades de certificación de la calidad, sin mediar decisión al respecto del MARM.



La CE proyecta un sello para promover las ventas de agricultores y ganaderos directamente al consumidor

La Comisión Europea (CE) pretende implantar una etiqueta especial, como "producto de mi granja" ó "producto de mi finca", con el fin de promocionar más los alimentos que los agricultores ó ganaderos individuales venden directamente a los consumidores

Bruselas estudia aplicar un nuevo logotipo para impulsar más las ventas directas de los productores al consumidor, a escala local y sin pasar por intermediarios como los supermercados ó la industria.

El objetivo de ese sello es identificar la fruta, la leche ó cualquier otro alimento de una explotación individual y comunicar su "valor añadido", con el propósito de "impulsar la economía local", según el borrador.

Esta idea figura dentro de las propuestas para revisar la política de alimentos de calidad y las denominaciones de origen, que preparan los servicios del comisario europeo de Agricultura, Dacian Cioloș, y que la CE presentará, previsiblemente, en diciembre.

El sello "producto de mi granja" ó "producto de mi explotación" se podría utilizar en cualquier país de la UE, con unas características similares en cuanto a color, forma o tamaño, aunque los países determinarían las condiciones para usar ese distintivo, según el texto.

La CE quiere que se aplique a ventas directas de productores ó ganaderos en la propia explotación o en sus alrededores, incluyendo puntos comunes de suministro; también sugiere ese símbolo para alimentos entregados directamente al productor, procedentes de fincas que participen en ese sistema.

"No pretendemos eliminar la dependencia que hoy en día tiene el agricultor de los supermercados y la distribución en los precios, pero sí queremos fomentar la

venta directa en mercados locales y que el productor consiga un mayor valor añadido", según una fuente comunitaria.

La CE estudia poner en marcha una página web para coordinar o informar mejor de la lista de productores que se acogieran al nuevo distintivo en cada país.

El Ejecutivo comunitario propondrá en diciembre al Consejo de ministros de la UE y al Parlamento Europeo (PE) modificar las reglas sobre los distintivos de los productos agroalimentarios de calidad, entre los que destacan las denominaciones (DOP) y las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP).

Entre otras ideas, la CE baraja adaptar más las IGP a las normas internacionales, así como aclarar las diferencias entre nombres genéricos de productos y marcas registradas.

Por otra parte, la CE estudia conservar el sistema de Especialidad Tradicional Garantizada (ETG), lo que supone una novedad respecto a las intenciones de la anterior comisaria de Agricultura, Mariann Fischer Boel, que quería hacerlo desaparecer.

La CE baraja también un sistema de términos "reservados" para alimentos que por alguna característica aporten un mayor valor añadido.

El proyecto incluirá además nuevas propuestas sobre los estándares de comercialización, recomendaciones sobre la utilización de alimentos con Denominación como ingredientes y sistemas de certificación privados y nacionales.



A piñón fijo para popularizar su consumo

Maria Teresa Muñoz Mate trabaja codo con codo con su madre en su empresa familiar de piñones, que comercializa la marca Teresa Mate. Son las únicas representantes de este pequeño sector del piñón en la Asociación y también en Tierra de Saborr, Conocemos esta empresa con alma de mujer y sede entre los pinares de Pedrajas de San Esteban

Es la única representante del sector en la Asociación de Artesanos Alimentarios, grupo al que le costó muchos años entrar, por no poseer pinares propios. En realidad, explica, ningún elaborador los tiene, son de titularidad pública, bien regional o local, y se subastan cada año entre los solicitantes. Y como la Junta no certifica sus pinares, como ella misma cuenta, tampoco ha podido hacer sus productos ecológicos.

María Teresa Muñoz siempre quiso trabajar en esta empresa que crearon sus padres hace unos cuarenta años -“desde niña tuve claro que quería estar aquí, no se si era el olor o qué, pero me encantaba”, reconoce, y a ella se incorporó cuando acabó sus estudios de marketing y gestión empresarial y posteriormente de relaciones laborales. Actualmente

acompaña en las labores a su madre, puesto que su padre ya se jubiló. “Mis padres empezaron hace muchos años bajando piñas y luego fueron ampliando y comercializando el piñón. Al principio vendían solo las piñas, luego el piñón con cáscara, luego el pelado y luego el transformado”, explica. Así ha ido evolucionando la empresa familiar en la que trabaja otra persona fija con su madre y con ella, más otros seis trabajadores fijos discontinuos.

“Cuando mis padres empezaron había menos competencia, y la verdad es que ahora cada día es más difícil”, reconoce. La otra gran zona productora de piñón es Cataluña y además hay que hacer frente a los frutos que llegan de China y Pakistán. “Los piñones de fuera no tienen nada que ver con los nuestros, pero se llaman

“Nuestra competencia es fuerte y viene sobre todo de China y Pakistán”

igual, así que...”, lamenta.

Cuando le preguntan a Mayte por el que el piñón es tan caro, la respuesta es simple. “El precio de recogida son 6 euros el kilo. Hay que sumar la subasta, la elaboración, la distribución, y por eso llega al consumidor caro”. Algo fácilmente entendible cuando cuenta que para que una piña de piñones ha de estar tres años en el pino, y que para que un pinar sea realmente productivo han de pasar unos veinticinco o treinta años. Y entonces empieza un proceso largo y costoso. El primer paso siempre es la subasta del pinar. “En Castilla y León son públicos, de la Junta o de los Ayuntamientos. Hay montes particulares, pero nadie que tenga un pinar hace el proceso, ni siquiera parte”, relata María Teresa. Una vez adjudicados los pinares, comienza la bajada de la piña. Y lo hace en noviembre, desde el 11, hasta el 23 de abril.

Todas las piñas se almacenan entonces para que absorban toda su savia y ya en el verano se extenderán en eras grandes, al sol, un trabajo que dura hasta principios de agosto.

Después se extrae el piñón con cáscara y luego se pela y se comercializa. “Esto último no lo hacemos a mano, pero es lo más natural posible, nosotros dejamos la piña en el pino y que se caigan solos los piñones, en eso si podemos decir que el proceso es totalmente natural. Las máquinas que se han incorporado no evolucionan, porque nuestro sector es muy pequeño y por eso no se innova, este sector evoluciona muy poco. Quizá la mayoría son adaptaciones de otros frutos secos”, apunta esta piñonera.

Del tamaño de los piñones se encarga la madre naturaleza y no tanto la manualidad del proceso, que si influye, sin embargo, en la calidad de la piña y por lo tanto del piñón. “Para nosotros la meteorología es muy importante, influye mucho. Una piña para que de piñones tarda tres años en madurar. Es decir, en un pino, la piña está tres años con sus estaciones en el árbol, así que que hoy haga un calor excesivo nos influirá para dentro

de tres años”, apunta María Teresa.

Una vez que los piñones están fuera de las piñas se clasifican por tamaño y por color. “Comercializamos todos, pequeños, medianos y grandes. Los seleccionamos por color y tamaño, y dependiendo de eso los dedicamos a un mercado o a otro.”, añade.

¿Es el piñón el gran desconocido de los frutos secos? Mayte es rotunda. “No, no es el gran desconocido, todo el mundo sabe qué es un piñón y que es de aquí, pero sí es el poco explotado”. Efectivamente no es un producto que se consuma mucho en el hogar, ni tampoco en la cocina casera. “Es curioso ver como en la gran otra zona productora de piñones, Cataluña, todo el mundo utiliza los piñones para algo, pero aquí las amas de casa no usan piñones en la cocina, no lo utilizan, no lo cocinan y por lo tanto no lo compran”. Y eso que se trata de un fruto que no caduca, aunque si tiene una fecha de consumo preferente-, y que cuenta con muchas propiedades nutricionales beneficiosas para la salud. .

Mayte Muñoz se lamenta de lo que le cuesta caminar hacia delante. “Soy la única que estoy en Tierra de Sabor, y por eso, por ser un sector tan pequeño es difícil crecer y promocionar. Si hubiéramos entrado más piñoneros...”.

Para entrar en la Asociación tuvo que tirar de unas creaciones de su madre, los piñones dulces y salados, los dulces como un garrapiñado y los salados fritos con sal. “Los empezó haciendo ella , y por eso se llaman Teresa Mate, aunque la empresa es Piñones Import- Export 98 “, apunta.

“Quiero hacer cosas, pero es tan tan difícil...supongo que los productores de patatas, por ejemplo, que son muchos, lo tendrán más fácil...Yo quiero moverme, pero no es fácil...me gustaría que tuviéramos una marca del piñón, no se, que estuviéramos más unidos...”, reconoce María Teresa, Mayte, la única representante del sector piñonero en Artesanos Alimentarios.

LA EMPRESA



Nombre

Teresa Mate, Piñones de la Tierra

Actividad

Elaboración de piñones dulces y salados

Artesano

Mayte Muñoz Mate

Sede

C/ Norias, 7-11 - 47430 Pedrajas de San Esteban, Valladolid

Saber más

www.pinonesie.com

Productos

Botes de piñones dulces - garrapiñados, y salados - fritos con sal



tierra de sabor

CASTILLA Y LEÓN

UNA PELICULA
QUE **NUNCA** ACABA



CASTILLA Y LEÓN