

NUMERO 26, JUNIO DE 2010

convenio, próxima junta  
general, ferias Tierra de Sabor,  
futuras actuaciones...

## entrevista Foro San José

12 **Artisanos en la Fiesta  
del Motor ACV**

14 **Ferias de Zamora,  
Carracedelo y San  
Esteban de Gormaz**

18 **Artisano del mes:  
Embutidos de Tierra  
de Campos, Redondo**

## Setra, La Espiga de Castilla y Campo Prieto hacen un buen balance de la Feria de la Cereza de Madroñal de la Sierra



La cereza autóctona que se produce en la Sierra de Francia también tiene sus días de reconocimiento, el sábado 19 de junio arrancaba la Feria de la Cereza en la localidad salmantina de Madroñal de la Sierra, feria que inauguró el consejero de Interior y Justicia de la Junta de Castilla y León, Alfonso Fernández Mañueco. El consejero estuvo acompañado por diversas autoridades provinciales y regionales, populares y socialistas durante su visita a este evento como el presidente de la cooperativa de Frutas de Madroñal, Ángel Redondo y de la alcaldesa del municipio, Roseli Ibáñez. 20 empresas del sector agroali-

mentario se daban cita en el puebl cecero entre ellas varias artesanas. Conservas Setra, La Espiga de Castilla 1894 y Queso Campo Prieto asistieron, con buen balance, a esta edición de la Feria. La presencia del consejero de Interior no hacía más que reiterar el apoyo que desde las instituciones se está dando al medio rural y a los municipios pequeños. Durante la visita el consejero Mañueco, salmantino de pro, se interesó especialmente en el proceso de elaboración de los productos artesanos, como el queso, que personalmente cortó en el stand de los queseros de Cuelgamures, Campo Prieto.

### NUEVAS TECNOLOGÍAS

## El 80% de los grupos de distribución se dirige a sus consumidores a través de las redes sociales



*La Asociación de Artesanos ha comenzado a dar sus primeros pasos en el ámbito de las Redes Sociales a través de la página que mantiene abierta en facebook, que actualmente cuenta con más de 160 seguidores, y donde se puede seguir al minuto la actualidad de la Asociación, compartir comentarios e incluso interactuar con los productores y consumidores que la siguen. También se ha abierto un canal propio en Youtube desde donde acceder a contenidos multimedia.*

El 80% de los grandes grupos de distribución que operan en España utiliza ya las redes sociales con el objetivo de acercarse y conectar de manera directa con sus consumidores, según revela el estudio "Influencia de las marcas en la sociedad 2.0" realizado por la agencia de publicidad NCA en colaboración con IE Business School.

El informe, que analiza las principales compañías de este sector, como Mercadona, El Corte Inglés o Carrefour, constata el esfuerzo inversor que vienen realizando estas marcas a la hora de informar de sus movimientos y novedades al público online.

El estudio, elaborado a partir de la herramienta SoMeS (Social Media Search) de NCA, incluye un centenar de marcas en España pertenecientes a un total de quince sectores estratégicos como alimentación, bebidas o distribución, midiendo su influencia a través de

parámetros como el posicionamiento en buscadores, la presencia en redes sociales y blogs y, por último, la reputación online, según las opiniones y comentarios vertidos por los propios internautas.

De este modo, el informe revela que empresas de referencia como Carrefour, Mercadona y El Corte Inglés, por este orden, se encuentran entre las más activas en las redes sociales, donde disponen de canales propios para conversar con sus consumidores e informarles sobre sus promociones y campañas más recientes.

Por otro lado, el estudio de NCA, que analiza también el sector de alimentación y bebidas, constata que estas marcas gozan, por lo general, de buena imagen entre los internautas, gracias a sus persistentes campañas y promociones además de concursos en la red donde saben crear afinidad con los propios consumidores y establecer vías nuevas de fidelización.

## El Itacyl participará en en certámenes feriales alimentarios de Madrid y Ciudad Real

El Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León tiene prevista la participación en una serie de certámenes feriales alimentarios consolidados en los que pretende impulsar la marca 'Tierra de Sabor' de la Junta de Castilla y León, mejorar los canales de comercialización, buscar nuevas salidas al mercado y facilitar la presencia de pymes agroalimentarias de la Comunidad.

Los certámenes en los que se tiene previsto participar con stand institucional son:

SALÓN INTERNACIONAL DEL CLUB DE GOURMETS en Madrid (del 11 al 14 de abril de 2011).

FENAVIN (Feria Nacional del Vino) en Ciudad Real (del 10 al 12 de mayo de 2011).

FRUIT ATTRACTION en Madrid (previsiblemente en octubre de 2011).

Podrán solicitar la participación en los expositores institucionales:

Consejos Reguladores de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas y el Consejo de Agricultura Ecológica de Castilla y León, en adelante Consejos Reguladores.

Asociaciones de Vinos de Calidad con Indicación Geográfica.

Asociaciones Gestoras de Marcas de Calidad o de Vinos de la Tierra.

Asociación de Artesanos Alimentarios de Castilla y León.

Asociaciones de Productores agroalimentarios de Castilla y León para la comercialización y consorcios de empresas agroalimentarias de Castilla y León.

Industrias agroalimentarias de Castilla y León inscritas en el Registro de Industrias Agrarias integrado en el Registro Industrial Único de Castilla y León y únicamente para la exposición de productos elaborados en nuestra Comunidad Autónoma.

## Carrefour celebra en junio la edición 2010 de la Muestra de Productos de Castilla y León en sus hipermercados

En 2009 la compañía realizó compras a 589 empresas castellano leonesas por un valor superior a los 296 millones de euros.

Participan 60 proveedores locales con 300 productos

La muestra "Productos de Castilla y León" se celebra del 9 al 23 de junio



Carrefour inauguró el pasado 9 de junio la Edición 2010 de la Promoción de Productos de Castilla y León. La muestra, denominada "Productos de Castilla y León", se desarrolló hasta el 23 de junio en los ocho hipermercados que la empresa de distribución tiene ubicados en la comunidad: Palencia, León, Ponferrada, Ávila, Burgos, Salamanca y los dos de Valladolid. En los quince días de la campaña, participaron más de 60 empresas locales que mostraron 300 productos de la región.

El surtido de "Productos de Castilla y León" incluye una amplia muestra de productos elaborados por Pymes locales, entre los que se encuentran desde vinos de las D.O Bierzo, Toro, Ribera del Duero, Cigales, Rueda y Vinos de Castilla y León; conservas (pimientos asados, castañas en almíbar, espárragos, mermelada, etc.); botillo del Bierzo, además de jamones de Guijuelo, quesos (zamorano, Valdeón...) y embutidos (cecina, chorizo, salchichón, lomo). La carne (ternera de Morucha, lechazo, cochinitillo...) también está representada así como las legumbres (lenteja de la Armuña, garbanzo de Fuentesauco y Pedrosillano, judión...) y otros

productos lácteos y dulces, entre otros muchos.

La campaña, que tiene decoración diferenciada y una ubicación preferencial en los hipermercados, cuenta para su promoción con un folleto monográfico de la muestra, en el que aparecen todos los artículos presentes en la misma. Además, se ofrecen degustaciones de estos productos en los propios centros.

### Una oferta comercial basada en el surtido local

El desarrollo de "Productos de Castilla y León" responde al compromiso de Carrefour, que está presente en la región desde 1981, de apoyar a los productos y empresas locales. En este sentido, durante el último ejercicio, la compañía realizó compras a más de 589 entidades castellano leonesas por más de 296 millones de euros. Carrefour reconoce, de este modo, la labor de las Pymes locales que destacan por su imagen de calidad en el mercado nacional. Con el desarrollo de esta campaña monográfica, los productos de las empresas locales se consolidan en el surtido de los hipermercados de Castilla y León.

TIC

## La Junta de Castilla y León impulsa el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el sector agroalimentario



La Consejería de Fomento de la Junta de Castilla y León ha puesto en marcha, en colaboración con la fundación Fundetec, un proyecto destinado a promover el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) entre las empresas de la región dedicadas al sector agroalimentario, con el objetivo de contribuir a la mejora de su productividad y competitividad, dado su importante peso específico en la economía de la Comunidad Autónoma.

El proyecto 'Dinamización TIC del Sector Agroalimentario' se inscribe en el Programa Emprendedores, en el marco de la Estrategia Regional para la Sociedad Digital del Conocimiento de Castilla y León 2007-2013, entre cuyas líneas de acción destaca la creación de un Entorno Empresarial Digital, dirigido a impulsar el crecimiento y la capacidad de innovación del tejido empresarial castellano y leonés a través del uso generalizado de las TIC, la incentiva- ción del negocio electrónico y la potenciación del sector tecnológico regional.

Durante la presentación oficial del proyecto, celebrada en la Cámara de Comercio de Valladolid, se explicó que las acciones previstas estarán orientadas a detectar las necesidades tecnológicas de estas empresas, a elaborar un catálogo de soluciones especializadas que cubran dichas ne-

cesidades, y a crear un punto de encuentro entre la Administración Pública, las empresas y asociaciones más representativas del sector y los proveedores tecnológicos.

Para ello, se organizarán cuatro desayunos de trabajo en diferentes ciudades de la región en los que participarán representantes de los distintos agentes mencionados. El primero de ellos tendrá lugar durante la segunda semana de julio y tratará sobre el subsector vinícola. El segundo, previsto para finales de septiembre, analizará el subsector cárnico. El tercer y el cuarto encuentro tratarán sobre el subsector lácteo y panadería/pastelería, respectivamente, y se celebrarán durante el mes de octubre.

El proyecto contempla también la publicación del 'Libro Blanco de las TIC en el Sector Agroalimentario', que se elaborará a partir de las informaciones extraídas de los diferentes encuentros y de las aportaciones realizadas por los diferentes representantes de cada uno de los subsectores. Para ello, se contará con la colaboración del Centro Experimental del Conocimiento (CEXC), ubicado en el Parque Científico de la Universidad de Valladolid.

Este documento, cuyo objetivo será convertirse en un manual de referencia para el sector agroalimentario a nivel nacional, incluirá un diagnóstico

de la implantación y uso de soluciones TIC entre las empresas del sector, identificará los procesos productivos involucrados en su cadena de valor para detectar sus necesidades tecnológicas, así como las soluciones y aplicaciones clave para optimizar dichos procesos. Asimismo, recogerá casos de éxito de empresas que ya han adoptado estas soluciones y los resultados que han obtenido.

Por otro lado, el Libro Blanco incorporará también un análisis DAFO para detectar las dificultades, amenazas, fortalezas y oportunidades del sector agroalimentario con respecto a las TIC, así como una relación de ayudas a la implantación de tecnología vigentes en Castilla y León y en todo el territorio nacional a las que pueden acogerse estas empresas.

Para culminar esta acción, se prevé también la organización del 'I Taller Nacional del Tecnologías aplicadas al Sector Agroalimentario', que reunirá a expertos del sector tecnológico y el agroalimentario, así como a representantes de administraciones públicas, asociaciones sectoriales y entidades privadas.

El encuentro se celebrará durante el primer trimestre de 2011 en la Comunidad Autónoma, y será el marco en el que se presente el citado Libro Blanco, además de difundir proyectos de referencia y de buenas prácticas en la empresa.

## La Asociación incluirá a todos los queseros que lo soliciten en la red Peques

Todos los queseros de Artesanos Alimentarios podrán formar parte de **Peques**, la Red Española de Pequeña Queserías, gracias al acuerdo alcanzado entre la asociación y la propia red, que celebró el pasado 15 de junio una nueva reunión en la que se constituyó su Junta Directiva y se repasaron los planes de futuro a medio plazo.

La Red española de pequeñas queserías arranca su camino en solitario –hasta ahora estaba tutelada de alguna manera por el personal administrativo del Centro de desarrollo Valle de Guadalupe-, con casi un centenar de socios y el extremeño Julián Rodríguez como presidente, acompañado en la nueva Junta Directiva por David Aparicio, María del Carmen Pérez y Enric Canut.

La creación de la nueva junta directiva hace posible que la red comience a caminar sola, tras el apoyo de Valle del Guadalupe, que se han ocupado de la parte administrativa hasta que la asociación ha podido hacerse cargo con una estructura propia.

Entre los temas que se trataron en la reunión –celebrada en Madrid, y a la que asistieron Pedro Quiñones y Mariano Paramio-, uno importante: los planes de este grupo que representa a los pequeños queseros para este 2010. Como acuerdos se adoptaron la creación de una página web como herramienta de comunicación, así como la necesidad de desarrollo de unas Guías de



Prácticas Correctas de Higiene que sustituyan a las actuales APCC, así como de facilitar y flexibilizar los controles e inspecciones higiénico-sanitarias a las pequeñas queserías españolas, la creación de un grupo de discusión para plantear cómo realizar y adecuar a la realidad de las pequeñas queserías y la gestión de los residuos derivados de su actividad productiva: suero, aguas residuales, entre otras, y la necesidad de realizar cursos de formación técnica para los asociados a Peques por parte de técnicos cualificados. Se acordó además censar la realidad actual de las pequeñas queserías españolas para conseguir nuevos adheridos y ampliar la representación territorial, así como

los técnicos profesionales que actualmente trabajan en el sector y que puedan ser de interés para Peques.

También se estudiarán los grandes certámenes feriales a los que convendrá acudir a partir de 2011.

La realidad de Castilla y León será explicada por el representante de la región, en la próxima reunión que se celebrará el 8 de octubre en Teba, Málaga, coincidiendo con la feria de la localidad. Todos los artesanos queseros podrán pertenecer a la red Peques –el límite que marcan los estatutos es de dos millones y medio de litros de leche al año-, a través de la asociación o bien por su cuenta, si lo prefieren.

**esto, es tuyo  
úsalo cuando quieras**

Envía tus artículos, comentarios y opiniones para que sean publicados a [comunicacion.mc@artesanoscyl.es](mailto:comunicacion.mc@artesanoscyl.es)

## Nuevos artesanos en el mes de junio



### **Morcillas centenarias desde el corazón de Briviesca**

Nuestros abuelos ya comían morcillas de la marca Ortega, fabricadas en Briviesca, la capital de la Bureva burgalesa.

Más de un siglo contempla a la marca y la fábrica, que sigue produciendo sus morcillas al estilo tradicional de la tierra: cebolla, sangre, manteca y arroz, a la que se añaden otros condimentos y especias que

hacen posible seguir el dicho popular que dice que la buena morcilla de Burgos debe ser: «sosa, grasosa y picajosa».

### **MORCILLAS ORTEGA**

Javier Ortega Gómez  
Carretera de Valdazo, 7  
09240 Briviesca  
947 590 964  
morcillaortega@yahoo.es



### **Quesos burgaleses para el mundo.**

En Quesos Ilújor Orcajo somos artesanos del queso, producimos quesos totalmente naturales, sin aditivos. Nuestros quesos son de una variedad puramente artesanal y natural. Ofrecemos una gama de quesos elaborada 100% con leche cruda de ovejas de nuestra propia explotación y con una elaboración esmerada y cuidada, fuera de toda producción industrial. Un queso como se ha hecho siempre. Contamos con nuestras propias ovejas, la leche de nuestros quesos no tiene ningún otro origen. Una vez ordeñada, esta leche se destina di-

rectamente a la fabricación de los quesos, sin transportes largos, leche realmente fresca. Garantizamos la naturalidad de nuestros quesos hechos con leche pura de ovejas propias, sin mezclas, sin distintos orígenes. Vuelve a probar un queso como se hacía antes, sano y natural. Todo un gusto para el paladar.

### **QUESOS ILÚJOR**

José Manuel Orcajo López  
Barrio Abajo, s/n  
09654 Palacios de Benaver  
Burgos  
www.quesosilujor.com



### **Carsego, unos embutidos especial.**

Somos una empresa fabricante de productos carnicos y embutidos tradicionales y artesanales. Entre nuestros productos destaca un chorizo natural sin conservantes ni colorantes, la morcilla achorizada, morcilla de arroz ibérica. Todo ello realizado con la mayores garantías de higiene y sanidad.

Desde hace trece años elabora productos sin gluten como la salchicha fresca blanca y roja, chorizo fresco y morcilla de arroz y más tarde han seguido con el lomo adobado y al ajillo, embutidos como el chorizo o salchichón y en un futuro

próximo quieren lanzar al mercado, panceta y costillas con adobo. Todos los productos que utilizan, hasta el ajo y el orégano, contienen certificados de trazabilidad y del análisis de riesgos y control de puntos críticos. La salchicha es su producto estrella y la mitad de su producción es consumida por enfermos celíacos.

### **Embutidos CARSEGO**

Maribel Aceves López  
C. Los Llanos 4  
EL Espinar, 40400  
Segovia  
carsegoespi@gmail.com

# ENTREVISTA: Foro San José

Presidente Asociación de  
Artesanos Alimentarios de Castilla y León

“Estamos haciendo las cosas bien y por eso nos apoyan desde la Consejería. Nuestra parte es seguir trabajando así para responder a esa confianza”

Que la Junta de Castilla y León apoye el proyecto de Artesanos Alimentarios y vuelva a confiar en la Asociación como defensora de la marca Tierra de Sabor es una de las mayores satisfacciones del presidente Telesforo San José. Especialmente porque, como el mismo confiesa, este apoyo significa “que estamos haciendo las cosas bien”.

Hablamos con Foro del nuevo contrato con la institución regional, pero no solo de eso. En el cuaderno del presidente de Artesanos y de su equipo hay muchos proyectos que afrontar con la ilusión de quienes van consiguiendo objetivos.



**Con las instituciones, especialmente con la regional ya ha demostrado tener hilo directo y un magnífico entendimiento, lo que ha hecho posible en parte el gran apoyo que estas brindan a la asociación.**

Hay consejos reguladores y marcas de calidad que muchas veces me han dicho que ojalá estuvieran en el lugar de artesanos, con la financiación que tenemos por parte de la Junta y con el apoyo y el aliento que nos dan. Estamos haciendo las cosas bien y por eso nos apoyan desde la Consejería...No se puede decir más claro, la verdad. Y nosotros queremos seguir haciendo las cosas bien para responder a esa confianza.

**El pasado fue el año del despegue de esta asociación, con un aumento de actividad de la Plataforma Comercial, la creación del registro de empresas artesanas, la creación de Tierra de Sabor...por partes, valore la importancia de estas acciones que hicieron que las ventas aumentaran un 120% en 2009 respecto al año anterior, 2008. Hablemos de la Plataforma Comercial...**

Siempre supimos que era necesario establecer y crear un canal para facilitar la venta a grandes superficies...aunque vamos cautelosos, no queremos vender mucho para cobrar la mitad y por eso trabajamos con empresas y distribuidores de contrastada solvencia. Si no, podríamos caer en picado, como le ha

pasado a muchas empresas arruinadas por no cobrar, por eso queremos ir seguros, me parece muy complicado ahora exportar, abrir nuevos distribuidores...en este momento es difícil. Vamos a continuar para consolidarla.

**Hablemos ahora de Tierra de Sabor...¿confiaba en el momento de su creación en lo beneficiosa que iba a ser la marca para los artesanos?**

Pues fíjate, no, la verdad es que no. Yo a Silvia Clemente desde el minuto uno de aterrizar en la Consejería le dije que necesitábamos una marca de calidad certificada, pero nunca pensé que en un año y medio y con esa inversión iba a llegar a sonar de esta manera. Fíjate que lleva muy poco tiempo en el mercado y el éxito ha sido sonado, la marca está muy bien situada en el mercado, en Castilla y León se conoce en el 95 % de los hogares y fuera de nuestra región en el 60% de ellos, según el estudio de una consultora de prestigio externa a nivel nacional.

**¿Qué les diría a esa minoría, a ese 10% que no todavía no confía en esta iniciativa?**

Que se convencerán ellos mismos y solos, en cuanto prueben, ya les ha pasado a muchos. Con eso basta.

**Ya se han celebrado seis Ferias Tierra de Sabor, uno de los grandes proyectos para 2010...y como toda primera**



“Hay consejos reguladores y marcas de calidad que muchas veces me han dicho que ojalá estuvieran en el lugar de los artesanos”



“la presencia de nuestros productos en centros como El Corte Inglés o Carrefour era impensable para muchos”



**vez, algo habrá que mejorar en las siguientes...**

Estamos contentos, pero efectivamente sí vamos a dar un giro para las que nos quedan, en el segundo semestre del año y para las de años próximos. La carpa Tierra de Sabor de Artesanos Alimentarios va a estar en grandes ciudades, capitales de provincia y ligada a grandes eventos. No desmerecemos a ninguna localidad, que por otra parte seguro que nos acogerían muy bien, simplemente consideramos que debemos ir allí donde más gente nos pueda ver, esto es lo que nos dice la experiencia de estas primeras ferias. La consejera Clemente también está de acuerdo con esto, y así nos lo ha hecho saber. Esto no es un mercadillo, es una feria seria, que vende una imagen y vende productos de elaboración propia y de extraordinaria calidad.

**El año en curso, 2010, se perfila como el del despegue...con cifras arrebatadoras como ese 30% de aumento en las ventas de Plataforma en el primer trimestre del año, respecto al mismo periodo del anterior**

Y eso hace que vayan a entrar, en la nueva ampliación, 33 nuevos socios.

**257 referencias de productos, elaboradas por 90 artesanos, en los centros de Eroski, El Corte Inglés, El Árbol y Carrefour. En la superficie vasca ya hay incluso una zona acotada dedicada solamente a Artesanos y Tierra de Sabor...¿es el modelo a seguir?**

Efectivamente en Eroski tenemos seis

metros de lineal dedicados a la artesanía alimentaria certificada y a Tierra de Sabor. La tendencia de estas grandes superficies es tener en su surtido unos productos regionales específicos y ahí pegamos de pleno, de hecho Carrefour ya nos lo ha plateado y vamos a ver si podemos conseguirlo, ampliar referencias, proveedores y destacarlos respecto a otros. Estas son las referencias que la Plataforma lleva a grandes superficies, aunque hay muchas más referencias de artesanos en la gran distribución, por ejemplo en los centros de Leclerc, que han negociado directamente con la Asociación. Esta presencia de nuestros productos en centros como El Corte Inglés o Carrefour era impensable para muchos, porque de forma individual hubiera sido muy difícil.

**Usted trata directamente con los responsables regionales de estas cadenas de distribución...¿cómo perciben ellos la marca Artesanos y la marca Tierra de Sabor?**

Pues la percepción por su parte es muy buena, nos conocen, les gusta como trabajamos, nos lo han dicho en multitud de ocasiones, y tenemos con ellos una relación de trabajo muy cercana. De hecho nos visitan mucho en la sede y nos manifiestan constantemente su intención de seguir ampliando las referencias.

**El apoyo económico de la Junta para este año no ha sufrido recortes, seguimos en los 396.000 €, en un año de**

**crisis. ¿En qué invierte la Asociación ese dinero?**

En cumplir las obligaciones del contrato que hemos firmado con Itacyl, que tienen unos puntos muy claritos encaminados a promocionar Tierra de Sabor y la marca Artesanos. En mantener la infraestructura de la Asociación, el mantenimiento de la sede, que es de todos, y de la exposición, las acciones de comunicación como la revista, las relaciones con los medios de comunicación (los reportajes para televisión, notas de prensa y convocatorias a medios...) y la página web, la gestión de la carpa, etc...y a medida que se van cumpliendo vamos certificando cantidades a cuenta que nos van dando, no recibimos el dinero de golpe, ni nos lo dan por el número de artesanos ni nada parecido, simplemente firmamos una serie de obligaciones que tenemos que cumplir y mes a mes tenemos que dar cuenta de las actuaciones que llevamos a cabo y el grado de ese cumplimiento.

muestra de producto para exponer. Y es una pena, porque en esas visitas ellos tocan el producto, ven el envase, eligen y se interesan por cosas nuevas... es una inmejorable oportunidad para “vender” el producto. No terminan de aprovechar esas ventajas y es un reto que tenemos que superar.

**Quizá deberíamos recordar a los socios cómo pueden beneficiarse de esa condición ¿en qué les pueden ayudar desde la Asociación?**

Desde la Asociación damos, además, un asesoramiento administrativo en la tramitación de solicitudes, papeleo, consultas técnicas, hasta presentamos los papeles si hace falta, hacemos acciones de formación, bien en la sede o en otros lugares. Les recordamos y les ayudamos con convocatorias de premios y certámenes, como el Botiguero, los Cinco o premios de pastelería por poner ejemplos. Además tenemos contacto con más de cincuenta ayuntamientos



“Los artesanos no terminan de sacar todo el partido que podrían a la Asociación, ese es un reto que tenemos”

**¿Cree que los socios sacan todo el partido que pueden a su asociación?**

Sinceramente creo que no. Por poner un ejemplo, acabamos de hablar de las visitas de jefes de compras y directores regionales a nuestra sede, pues bien, allí hay metros de estanterías escaparate que están vacías porque hay artesanos que no nos han enviado una

para que nuestros artesanos acudan a sus ferias locales a vender sus productos, tenemos acuerdos con asociaciones afines a la nuestra como Peques, por ejemplo, una red de pequeños que- seros en la que van a entrar todos los artesanos que quieran a través de la asociación, y hacemos multitud de gestiones en beneficio de los socios, por



1.- Homenaje a la Asociación de Artesanos en el Mercado Medieval de Tordehumos. 2.- Foro con el presidente Herrera en Alimentaria. 3.- Entrega de productos Artesanos para los soldados españoles en Afganistán. 4.- Firma del convenio 2010 con la Consejera Silvia Clemente.

poner un ejemplo reciente, estamos negociando con la propietaria de la marca Queso Castellano para que entren todos los queseros que quieran a un precio muy inferior a los dos mil euros que piden...mantenemos la comunicación entre los asociados con nuestra revista y con la sociedad a través de la web y las redes sociales, cerramos convenios con empresas para favorecer a los socios en temas como APPCs, patentes y marcas, en fin...hay aún much trabajo.

**¿Confiaba cuando comenzó su gestión, hace cuatro años, en llegar hasta aquí de esta forma?**

Tenía esperanza, soy tenaz, y he insistido para poner a la asociación donde está, aunque si tengo que decir la verdad, no, nunca pensé en conseguir tanto.

Para mi ha supuesto un esfuerzo muy grande, porque he dejado de atender un poco mi trabajo, pero también una satisfacción muy grande, especialmente de haber conseguido que la Consejería de Agricultura crea en el proyecto que le

presenté al principio, y que ahora ya está consolidado.

**¿Siente que su gestión y la de su equipo, con Gerardo Merino como gerente, y su Junta Directiva es valorada por los socios?**

Ellos lo tienen que decir, tienen la palabra, yo solo puedo decir que nosotros ponemos el alma y la vida en esto, tanto yo como presidente como Gerardo como gerente y todos y cada uno de los miembros de la Junta Directiva, que trabajan para que esto siga creciendo.

**Efectivamente ellos hablarán; lo harán el próximo día 10 de julio en la Asamblea General, en la que votarán la renovación de cargos. ¿Confía en volver a ser elegido presidente de Artesanos Alimentarios?**

Este es un proyecto que me gustaría finalizar y por eso espero volver a ser elegido, para poder acabar todo lo que he empezado. Sí, espero poder seguir trabajando y representando a esta asociación.



# Artesanos en la Fiesta del Motor vallisoletana

Ya colabó con la edición 2010 del Raid ACV Sahara Aventura

Coincidiendo con la entrega de los trofeos del X Aniversario del Raid ACV Sahara Aventura, el hotel AC Palacio de Santa Ana acogió el pasado 23 de abril la gala de los Premios de Motor 2010, que cada año organiza la agencia Action Service. El evento, que fue presentado por la televisiva Rocío Herrero y por el organizador del rally, Roberto Carranza, contó con la presencia de lo más granado de la familia vallisoletana del motor, como directores de concesionarios, pilotos o equipos

como el HTeam. También acudieron representantes de instituciones como el Ayuntamiento, con el alcalde, Javier León de la Riva, y el concejal de Deportes, Gonzalo Hernández a la cabeza, la Junta de Castilla y León, representada por el viceconsejero Alberto Gutiérrez Alberca, la Cámara de Comercio e Industria de Valladolid, la Asociación de discapacitados Aspaym con su presidente Francisco Sardón y representantes del ámbito empresarial castellan y leonés.



“Gracias por ese lomo y ese chorizo, por esas legumbres que tanto agradecemos en el desierto, gracias por ayudarnos en esta aventura”

El responsable del Raid ACV Racing Valladolid- Marruecos, Roberto Carranza, agradeció durante la gala de los Premios del motor a Artesanos Alimentarios y a Tierra de Sabor su colaboración en esta travesía. En el acto el presidente de la Asociación, Telesforo San José, entregó uno de los premios de la noche.

“Nosotros vamos a África a ayudar y aquí otros también nos ayudan a hacer realidad esta aventura”. Durante la entrega de premios del motor, celebrada en un hotel vallisoletano, el organizador del Raid ACV Racing Valladolid- Marruecos, Roberto Carranza, no quiso olvidar a todas aquellas personas e instituciones que ayudan de una u otra forma a que esta travesía humanitaria salga adelante. Entre ellos a la Asociación de Artesanos Alimentarios de Castilla y León y a Tierra de Sabor, con cuyos productos recargaron fuerzas los pilotos en las duras jornadas por las dunas y pistas del Dakar. Y es que los integran-



Imágenes: Jonathan Tajés Olfos, El Día de Valladolid

tes de la expedición comieron embutidos, quesos, legumbres cocinadas y envasadas y galletas artesanas de la región durante los 12 días que duró la aventura, gracias al acuerdo de colaboración entre la organización y la Asociación de Artesanos Alimentarios, que por primera vez ha colaborado en esta iniciativa en su décima edición y que una vez más repartió ayuda humanitaria y médica entre los habitantes de las poblaciones por las que pasó el recorrido.

“Hemos vivido momentos divertidos, pero también peligrosos, la convivencia es muy dura y en este gran hermano rodante, como siempre digo, es importante sentirte un poco más cerca de casa cargando fuerzas con los productos de la tierra, por eso, por dejarnos vuestros lomos y vuestras legumbres, vuestros productos de la mejor calidad, os queremos dar las gracias”, confesó Carranza. Y así se lo dijo en persona al presidente de la Asociación,

Telesforo San José y a su gerente, Gerardo Merino, que estuvieron presentes en este evento que reunió a grandes personalidades del mundo del motor así como a representantes de la política local y regional como el Alcalde de Valladolid, Javier León de la Riva, y el viceconsejero de cultura de la Junta de Castilla y León, Alberto Gutiérrez Alberca, de los medios de comunicación, como el director de Punto Radio Valladolid, Florencio Carrera, la directora de marketing de El Norte de Castilla, Charo López, o Pilar Villa, de El Día de Valladolid.

Durante la gala el presidente de Artesanos, Telesforo San José, entregó a Gonzalo Quevedo, uno de los participantes en la aventura, uno de los premios de la noche, y tras este acto se sirvió un vino a los asistentes acompañado por productos artesanos Tierra de Sabor, quesos, productos de capón Matanza del pobre, embutidos y pastas.



# Tres citas más para la gira Tierra de Sabor

Junio ha sido un intenso mes en cuanto a citas feriales. La carpa Tierra de Sabor de Artesanos Alimentarios ha recorrido tres provincias más, y a Lerma, en Burgos, Segovia y Valladolid – las tres primeras que se celebraron-, hay que añadir tres nuevos lugares de la región, Zamora, Carracedelo y San Esteban de Gormaz.

## Zamora, la peor valorada por los artesanos

Zamora y el Foro Coopera -que promueve la colaboración transfronteriza con Portugal-, acogieron durante seis días, del 30 de mayo al 4 de junio, la carpa con la que Artesanos Alimentarios promocionó sus productos Tierra de Sabor y en la que se hizo un hueco a 6 productores portugueses para que compartieran un espacio en la carpa instalada en la Plaza de la Marina con los artesanos regionales, como muestra así del hermanamiento que defiende Coopera. Por sectores el más representado fue el de Panadería y repostería, con cuatro asistentes -La Oricera, La Espiga de Castilla 1894, Rosquillas Ledesminas y Olifrey-, seguido por los productos cárnicos -Faustino Prieto, Cañibano Collantes y Embutidos Zapatero Ramos-, y





## ¿Qué opinan los artesanos?

Uno de los asistentes a la Feria de Zamora, Genaro Montes, de Rosquillas Ledesminas, reconoce que no le convenció demasiado en cuanto a ventas, especialmente si la compara con la otra a la que asistió, la de Segovia. “Estuvo mejor organizada la de Titirimundi, y aunque en Zamora nos fue peor yo si que repetiré en las que quedan, si puedo, porque lo importante es dar a conocer ya no solo nuestros productos, sino la marca Tierra de Sabor. Espero acudir a la de Salamanca, mi tierra, donde todavía no se ha hecho ninguna, para seguir apoyando la marca regional, que me parece una gran ayuda para nosotros, por lo menos en mi caso Tierra de Sabor ha salvado la caída que he sufrido por la crisis, no se si hubiera aguantado de no ser así”, reconoce.

el sector lácteo, también con tres representantes -Campo prieto, El Zamorral y Laurus-. Completaron la carpa El Majuelar, Conservas Benaventera y Setra y los seis productores portugueses, de diferentes puntos del país gallo.

La valoración de los artesanos asistentes a esta feria es quizá la peor de todas las celebradas hasta el momento, debido a una falta de entendimiento con el ayuntamiento, y a la escasez de ventas.

Es casi idéntica la respuesta de otra de las asistentes a la feria de Zamora, de María Teresa López, de Conservas Setra, la venta estuvo floja pero hay que seguir mostrando la marca del corazón amarillo: “si no fuera por ella y por la plataforma hubiera sido difícil subsistir”. Conservas Setra, como explicó su responsable, si participará, a pesar de todo, en las siguientes citas, las que aún se celebrarán presumiblemente en capitales de provincia.

## Carracedelo, un valor casi seguro

Cuando aún no se había cerrado la carpa de Zamora otra veintena de artesanos comenzaba a mostrar sus productos a los visitantes de la feria de Carracedelo. Algunos repetían y duplicaban el 4 de junio en Zamora y en Carracedelo, y por sectores de nuevo los panaderos y reposteros dieron sabor dulce a la feria del corazón del Bierzo, representados por Pastelería Peñín, Montesori, La Espiga de Castilla, Garrapiñadas María Sánchez y la Tahona de Pedraza. Asistieron además Legumbres La Auténtica, Conservas Benaventera y Setra, Miel La Picorea, Los Rejos, La Alcancía, Cecinas Leitariegos, Morcillas Villada, Faustino Prieto, Sidra Carral, y como representantes del sector lácteo estuvieron Campo Prieto, Pastora de los Valles,





Cynara, El Palacio y Montes Bravos. La anécdota de la feria la protagonizó el periodista y conductor de Protagonistas en Punto Radio, Luis del Olmo, que se atrevió a cortar queso en el stand de Campo Prieto. El comunicador berciano no quiso faltar a esta cita en su afán por apoyar todos los acontecimientos posibles que se celebren en su tierra.

### ¿Qué opinan los artesanos?

Carmen Prieto, de Campo Prieto, recuerda el paso de Del Olmo por una feria que para ella fue muy satisfactoria. “Yo doblé ventas respecto al año anterior,

era el quinto año que iba y la verdad es que esta vez la valoración es muy, muy buena”, explicó.

En general para la mayoría de los artesanos que asistieron fue una buena feria, con un elevado número de asistentes y un buen volumen de facturación.

“Y aunque no fuera así, como ha pasado en otros lugares, como Zamora, hay que enseñar nuestro producto y hay que decirle a la gente que estamos amparados por una marca de garantía alimentaria como Tierra de Sabor”, reconoció la quesera de Cuelgamures.

### Demasiada oferta en San Esteban de Gormaz

La presencia de la carpa en esta localidad soriana, durante la IX Feria del Vino y XXV Feria de Muestras de San Esteban de Gormaz tampoco resultó demasiado exitosa para los artesanos asistentes, debido al exceso de oferta y a la instalación de otras dos carpas y un pabellón con productos alimentarios. Pero de nuevo los protagonistas la valoran de forma positiva en cuanto a la difusión de la marca y de la calidad de los alimentos artesanos.

En esta localidad soriana estuvieron cinco productores de quesos y lácteos - La Casona de los Pisones, Aldeonte



Queso de Cabra, Puerto Oncala, Campo Prieto y Pastora de los Valles- cinco pasteleros y reposteros -La Espiga de Casti-





lla 1894, Garrapiñadas Mario Sánchez, La Tahona de Pedraza, El Beato y La Tía Melitona-, y otros cinco elaboradores de productos cárnicos, con Cecinas Leitariegos, José Redondo, Morcillas Ortega, Embutidos y Jamones AM y Virgen del Brezo. Completaron la carpa Patatas Fritas de Soria Garijo Baigorri, Conservas Benaventera y Setra y Soriamiel y Sidra Carral.

Con San Esteban de Gormaz ha acabado el primer turno de ferias, que volverán a celebrarse previsiblemente y en principio después del verano. Aún hay tres pro-

vincias en las que no se ha celebrado, Avila, Salamanca y Palencia, y la idea inicial de los responsables de la Asociación y de la Junta de Castilla y León es hacerlas coincidir con las fiestas patronales de cada una de las capitales de estas tres provincia, San Antolín en Palencia, y la Virgen de la Vega en Salamanca, ambas en septiembre, y Santa Teresa en Ávila, en octubre, aunque aún no hay fechas ni ubicaciones designadas y dependerá de la disponibilidad de los ayuntamientos implicados. Completarán la gira otras dos citas, a celebrar en localidades aún por determinar.

## próximas ferias

**FERIA DE YANGUAS, YANGUAS. 18 DE JULIO, AYTO. DE YANGUAS**

**MERCADO TRADICIONAL, ALMARZA. 25 DE JULIO, AYTO. DE ALMARZA**

**FERIA COMERCIAL «POR LOS CAMINOS DE SANTIAGO», GOTARRENDURA. 1 Y 2 DE AGOSTO, AYTO. DE GOTARRENDURA**

**MARTES MAYOR. DÍA DE LA EXALTACIÓN DEL COMERCIO, CIUDAD RODRIGO. 3 DE AGOSTO, AYTO. DE CIUDAD RODRIGO**

**FERIA MULTISECTORIAL (XXII EXPOSICIÓN NACIONAL PRE), PIEDRAHÍTA. 5 AL 8 DE AGOSTO, AYTO. DE PIEDRAHÍTA**

**FERIA MULTISECTORIAL Y TRANSFRONTERIZA DE VITIGUDINO, VITIGUDINO. 6 AL 8 DE AGOSTO, AYTO. DE VITIGUDINO**

**XII MERCADO ARTESANAL VILLA DE SASAMÓN, SASAMÓN. 8 DE AGOSTO, AYTO. DE SASAMÓN**

**MUESTRA PRODUCTOS «RIBERA DEL ARLANZA», QUINTANILLA DEL AGUA Y TORDUELES. 8 DE AGOSTO, AYTO. QUINTANILLA DEL AGUA Y TORDUELES**

**FECOINTUR, ARENAS DE SAN PEDRO. 12 AL 15 DE AGOSTO, AYTO. DE ARENAS DE SAN PEDRO**

**FERIA MULTISECTORIAL DE SENTIDOS, CISTIerna. 14 Y 15 DE AGOSTO, AYTO. DE CISTIerna**

Esta es la razón por la que José Redondo trabaja cada día. Que los clientes disfruten saboreando sus productos hechos con cariño desde el principio, cuando selecciona en la granja los mejores cerdos

## Embutidos Redondo Chorizos y salchichas de Mayorga hechos para “dar satisfacciones”

Para este carnicero de Mayorga hay dos formas de hacer las cosas: “Puedes hacerlas porque hay que trabajar y producir, o puedes hacerlas para que los demás disfruten”. Nuestro artesano del mes de junio, José Redondo, eligió la segunda, por encima de los beneficios económicos o el crecimiento de su empresa. Y como hace las cosas, como el mismo dice “para dar satisfacciones a los demás”, el mismo recibe ese placer cuando sus clientes elogian el chorizo, el lomo y todos los productos que salen de su casa. “Para mí es la principal satisfacción que los clientes estén contentos con nuestro trabajo”, reconoce.

José Redondo habla en plural porque el suyo es un negocio totalmente familiar. Con el trabajan su mujer y tres de sus cuatro hijos -“de momento tres”, apunta-. Son por tanto la tercera generación de ‘redondos’ dedicados a lo mismo, ya que estos continúan la labor empezada por su padre y su abuelo. “Con esto empiezan mis padres, soy la segunda generación, desde niño

he vivido esto, y también mis hijos, de hecho mira qué fotografía tengo aquí en la carnicería, en la que mis hijos con cinco y seis años están haciendo salchichas”.

¿Arrastra entonces la tradición familiar? Ni sí, ni no, simplemente arrastran las circunstancias. “Me dediqué a esto porque llega un momento en la vida en que por algún sitio tienes que tirar, no tienes ninguna carrera y te dedicas a lo que has visto hacer en casa que en definitiva es lo que mejor sabes hacer”, confiesa nuestro artesano.

En la fábrica de José Redondo se hacen chorizos y salchichones frecos y curados, también lomo y productos cárnicos diferentes a otros, porque como reitera su dueño, “embutidos hay muchos, sí, pero los míos no están hechos para ganar dinero, a mi no me mueve eso, vivo de esto, claro, pero aquí solo hacemos las cosas de una manera: bien”.

Para hacer las cosas bien hay que trabajar muchas horas, en un proceso que empieza

“Me gusta la marca Tierra de Sabor, pienso que nos ayuda mucho a los artesanos”

desde la misma granja. “Compro los cerdos y ahí mismos los elijo, y los crío y de ahí al matadero, luego se fabrican los productos y hay que calcular bien la producción porque esto es perecedero, claro”, explica. En fin, trabajo y trabajo, siempre con el mismo lema: “Yo me dedico a esto, y lo tengo que hacer muy bien”.

¿Es víctima de la guerra de los precios? “No, no, yo soy de los que pienso que los clientes buscan calidad, y que dan más importancia a la calidad que al precio, jamás se me han quejado a mí de que mis productos son caros, dicen que es bueno, y el precio no cuenta demasiado para ellos”, reconoce. José Redondo es carnicero y artesano, pero además, inevitablemente, empresario. ¿Cuánto cuesta ser empresario? Tiene la respuesta clara: “Cuesta muchísimas horas de trabajo, si comparo mis horas de trabajo con las de otro profesional no estoy bien pagado, aunque yo estoy satisfecho”.

Fue su visión empresarial la que le llevó, hace dos años, a crear una pequeña fábrica de embutidos, gracias también a alguna ayuda institucional. “Pensé que si hacía tan bien los productos frescos el siguiente paso era hacer los curados, y hacerlos igual de bien, y por eso monté esta fábrica con alguna ayuda”, recuerda.

Además también fue un poco una necesidad, ya que como él mismo explica, en los pueblos cada día vive menos gente y había que buscar una salida al negocio de los productos frescos. Por esta razón espera la llegada del verano y de las vacaciones, una época que para él será buena. “Espero que ahora, de cara al verano, aumente la venta, porque como la vida es más barata en los pueblos espero que la gente venga aquí a veranear, más cuando no hay dinero para irse a las playas o a otros sitios, confío en eso”. Así saneará los números, resentidos con la crisis que le ha hecho perder un 30% de volumen de negocio.

Ayudan también iniciativas como “Tierra de Sabor”, de la que José Redondo opina ayuda mucho a los artesanos. “Efectivamente me parece muy bien esta marca y me gusta mucho, aunque creo que tiene que salir más de la región, porque aquí nos conoce-

mos todos, el que viene a mi casa ya sabe como son mis chorizos, no le hace falta ninguna marca.” Y lo mismo cree del marchio de Artesanos: “Creo que nos sitúa por encima de otros, le dice al consumidor que nosotros escogemos un poco más”.

¿Dónde podemos encontrar los productos artesanos Tierra de Sabor de José Redondo? Pues en la carnicería que su hijo tiene en la plaza del V centenario de Valladolid y en la propia fábrica, en Mayorga. “No me interesa trabajar en las grandes superficies, imagino que no...los que vienen detrás...que hagan lo que quieran”.

Y es que los que vienen detrás, sus hijos, por el momento tienen que acatar las decisiones del padre, al que le quedan siete años para jubilarse. “Espero irme antes y dejarles seguir su camino, aunque de momento las riendas las llevo yo y con esto tengo suficiente”, confiesa.

Cuando dice con esto se refiere a asentarse, hacer su negocio más seguro y sobre todo, mejorar: “Porque siempre se pueden hacer las cosas un poco mejor”.

LA EMPRESA



**Nombre**  
Embutidos José Redondo

**Actividad**  
Elaboración de productos cárnicos frescos y curados

**Artesano**  
José Redondo

**Sede**  
C. Los Enríquez, 1, 47680, Mayorga, Valladolid  
Teléfono 983 751447

**Saber más**  
[www.artesanoscyl.es](http://www.artesanoscyl.es)

**Productos**  
Chorizo fresco y curado, salchichas, salchichón y lomo, productos cárnicos





CASTILLA Y LEÓN

UNA PELICULA  
QUE **NUNCA** ACABA



CASTILLA Y LEÓN