

NUMERO 14, JUNIO DE 2009

## La Asociación celebra la Asamblea General 09

asociación  
artesanos  
alimentarios  
*Castilla y León*

8 **Contrato Artesanos -  
Itacyl: qué  
implicaciones aporta**

10 **Visitamos la  
Diputación de  
Palencia**

14 **El artesano del mes:  
Dulces de antaño de  
Ana la Artesana**

## Más de 42.000 personas visitaron la Feria de Agroturismo y Multisectorial del Bierzo de Carracedelo en su decimoquinta edición

La organización de la Feria de Agroturismo y Multisectorial del Bierzo que se celebra en Carracedelo cifró en 42.000 los visitantes de esta decimoquinta edición.

Aunque reconoce un ligero descenso respecto a convocatorias anteriores, el director del certámen, Manuel Reguera, se mostró satisfecho con la afluencia de público en un año especialmente difícil para la economía, en el que lógicamente todo acto se resiente de alguna manera, y con unas condiciones climatológicas no demasiado favorables: «A pesar de que la climatología no nos ha acompañado porque ha llovido los tres días, lo cierto es que la gente sigue respondiendo y acudiendo a esta feria incluso pese a la crisis. Eso sí, es verdad que se ha registrado un ligero descenso. Aún así son más de 42.000 personas las que nos han visitado durante el fin de semana y estamos



muy contentos», reconoció Reguera. **Éxito de ventas para los Artesanos**  
Tanto los productos Tierra de Sabor como los de Artesanos Alimentarios obtuvieron muy buenos resultados de ventas, como corroboró el director de la feria que el próximo año, cuando cumpla su decimosexta convocatoria,



contará en su programa con, al menos una novedad significativa. Y es que como avanzó Reguera, en 2010 se hará un recorrido didáctico por el Museo de Natura Ibérica, que se abrirá este mismo verano, en una palloza aledaña al recinto ferial de Carracedelo.

## Coopera, el foro de encuentro trasfronterizo une a los productos artesanos

Apenas ha concluido la II edición del Foro de Cooperación trasfronterizo, Coopera y ya se piensa en la siguiente, al menos es lo que se extrae de las palabras del Consejero de Presidencia y portavoz de la Junta, José Antonio de Santiago-Juárez, quien ha avanzado ya que la tercera edición del Foro de Cooperación Transfronteriza 'Foro Coopera' del próximo año estará dedicado en cuerpo y alma al fomento del empleo en la 'raya' entre Castilla y León y Portugal. El consejero calificó de «positivo» el balance del encuentro. «Las cosas han salido razonablemente bien», aunque reconoció «los errores que haya podido haber», y pidió disculpas «a los colectivos que se hayan sentido discriminados».

De Santiago-Juárez destacó que la asistencia a las ocho mesas de debate fue «completa», hasta 370 asistentes y 110 ponentes en las mesas de trabajo.

Por otra parte, la Junta estima en 5.000 las personas que acudieron a la

Feria Hispano-Lusa «por el número de folletos de turismo repartidos». El propio consejero interactuó amablemente con los artesanos allí presentes, poniéndose incluso detrás del mostrador para vender algunos de los productos que allí se mostraban. También acudieron a la cita acompañándole, Pilar del Olmo, Consejera de Hacienda y la titular de Agricultura Silvia Clemente, quienes además de degustar alguna vianda, también participaron del trabajo y las ventas en los propios stands.







## Artesanos Alimentarios de CyL triplicaron su producción en los dos últimos meses debido al "bombazo" de 'Tierra de Sabor'

El presidente de la Asociación de Artesanos de Castilla y León, Telesforo San José, aseguró hoy que el sector triplicó su producción en los dos últimos meses debido, entre otros, al "bombazo impresionante" que para los elaboradores del medio rural significa la puesta en marcha de la marca 'Tierra de Sabor'.

San José, quien firmó hoy con la consejera de Agricultura y Ganadería, Silvia Clemente, un convenio dotado con 396.000 euros para la promoción, apoyo y fomento de la marca, reconoció que los resultados de la campaña han "desbordado" a los artesanos alimentarios ya que, en algunos casos, han llegado a triplicar y quintuplicar las ventas.

Tras resaltar que comunidades como Galicia y Andalucía han invertido "tres veces más" en campañas de promoción de los alimentos de la Comunidad cuando en Castilla y León se ha registrado un "boom impresionante" y unos resultados "espectaculares" con un tercio de la cuantía, el presidente de la Asociación de Artesanos de Castilla y León destacó la creación de riqueza que conlleva la iniciativa ya que, debido

al aumento de la demanda, se están creando nuevos puestos de trabajo. Los datos, añadió, eran "inimaginables" y, por ello, los artesanos de la Comunidad se han tenido que "poner las pilas" para afrontar los pedidos, punto en el que aseveró que la situación tiene que "asentarse".

### "MOTOR ECONÓMICO" RURAL

Por su parte Silvia Clemente, quien reconoció el trabajo que se realiza en las 268 pequeñas industrias artesanas y explotaciones agrarias como "motor" del desarrollo económico del medio rural, se refirió también a la creación, el pasado año, de la plataforma logística para productos artesanos de la Comunidad con el fin de que el sector pudiera acceder a los "grandes" puntos de venta.

En este sentido, la consejera resaltó que la marca 'Tierra de Sabor' ha servido para dar continuidad e "impulsar e incrementar" la línea de acción de la plataforma, que permite a los artesanos acercar 200 de sus más de 4.000 productos tanto a los pequeños comercios como a las grandes cadenas distribuidoras.

Asimismo Clemente, quien cifró en 16,7 millones la facturación anual de los artesanos alimentarios y su aportación del 4,8 por ciento al Valor Añadido Bruto Regional, puso de manifiesto que el convenio rubricado hoy busca mantener el impulso del crecimiento experimentado por la artesanía alimentaria "de la mano" de 'Tierra de Sabor' --un total de 16 artesanos solicitó el uso de la marca para 106 productos de alimentación.

Según se recoge en el acuerdo, los artesanos fomentarán la incorporación a la marca de cada uno de los asociados, seguirán trabajando en el "impulso" de la plataforma, que permitió "aglutinar" producciones que, de otro modo, no respondían a la demanda de las distribuidoras.

No obstante el "gran reto", según la consejera, se centra en mantener el "fomento" de la artesanía alimentaria desde "distintos puntos de vista", ante lo que se refirió al trabajo de los Grupos de Acción Local, debido a que el actual es un "buen momento" para seguir creciendo tanto en producción como en industrias de estas características.

## Entrevista en Punto Radio

Baza importante a lo largo de este ejercicio es crear positivas corrientes de opinión y promoción de los productos artesanos a través de los medios de comunicación. Con tal fin, el pasado miércoles 10 de junio, dentro del espacio "Queremos hablar... del campo" de Punto Radio Castilla y León y con la periodista Sonia Andrino como anfitriona, se realizó una amplia entrevista con la regulación de la artesanía en Castilla y León, comunidad pionera en España, y la importancia del nuevo registro como ejes centrales. Además se repasaron los temas de actualidad, Tierra de Sabor incluido. Esta entrevista puede escucharse íntegra en la web de la Asociación: [www.artesanoscyl.es](http://www.artesanoscyl.es) dentro del apartado de prensa.

## Los Artesanos en el Norte de Castilla

Un mes intenso en cuanto a medios de comunicación se refiere, este de Junio. A la intervención en Punto Radio hay que sumar un extenso reportaje a dos páginas que el periódico decano de la prensa de España, El Norte de Castilla, publicaba en sus distintas ediciones (Valladolid, Palencia, Segovia, Zamora) dentro de la información regional de Castilla y León. En el reportaje se analizaba la situación actual de la Asociación y la Artesanía Alimentaria al amparo de la nueva legislación y las acciones promocionales que desde la marca Tierra de Sabor se están realizando en estos primeros meses de campaña. Estas apariciones, es nuestra intención que puedan repetirse periódicamente de forma que consigamos una



importante presencia en medios para comunicar adecuadamente todas las acciones que llevamos a cabo, tanto de forma conjunta y asociativa como por parte de las iniciativas individuales de cada artesano.



## Campos Góticos presenta el primer lechazo churro IGP precocinado

La sociedad agraria de transformación Quesos Campos Góticos, situada en la localidad palentina de Villerías de Campos, ha comenzado a comercializar lechazo churro precocinado, envasado en latas de tres kilos y al precio de 70 euros.

La empresa ha presentado este mes de junio el nuevo producto en el Centro Tecnológico de Cereales de Palencia, al que define como un producto natural, que no necesita conservarse en frío, que aguanta sin caducar cuatro años y que se prepara en 30 minutos en el horno para poder consumirse.

Los Hermanos Paramio, propietarios de Campos Góticos e impulsores de la iniciativa, han explicado que los lechazos se crían en explotaciones ganaderas situadas en el espacio natural de Nava-Campos y que el proyecto empresarial pretende promover la ganadería de ovino en un momento crítico para el sector.

Los impulsores del nuevo lechazo churro precocinado pondrán a la venta una primera tanda de 1.500 latas, que distribuirán en tiendas especializadas y en restaurantes.



## La anécdota del mes se vive en Cuelgamures y su particular "trueque artesano"

Lo que empezó como una tontería en Carracedelo (León) acabó convirtiéndose en una agradable jornada de hermandad en la localidad zamorana de Cuelgamures. Los protagonistas tienen nombre propio, Carmen y Rubén. La primera colecciona cosas antiguas y buscaba para su colección una noria. Por su parte, Rubén, de la Pastora de los Valles le hizo saber que disponía de una y que además estaba buscando un semental adecuado. El reto estaba servido y a Carmen se le ocurrió que sería más bonito hacer un cambio; el cordero por la noria, y ahí comenzó todo.

Hasta el último momento Rubén dudaba del cambio, ya que el semental tiene mucho más valor, pero la palabra de Carmen es sagrada así que nació la I Edición del Trueque Artesano de Cuelgamures, al que estaban invitados todos los presentes en la feria de Carracedelo que compartían hotel, los demás compañeros se quedaron con las ganas. Los presentes son las siguientes empresas: Ana la artesana, Morcillas de Sotopalacios, Peñín, Faustino prieto, Genaro Montero, La Pastora de los Valles, La Espiga de Castilla 1894 y Campo Prieto.



## Sabores 09, lo más selecto de la cocina y la gastronomía se cita en Zamora

400 cocineros y profesionales del mundo de la gastronomía participaron estos días en la II edición del Congreso Regional de Gastronomía, Sabores 2009 celebrado en Zamora, que se convierte en sede permanente de este certamen bianual.

De las charlas y ponencias que ha acogido han surgido propuestas ciertamente interesantes para el sector en Castilla y León.

Quizá la más llamativa de todas ellas es la que tiene por objeto preservar el Patrimonio Gastronómico Castellano y Leonés. Se van a iniciar los pasos para crear el Plato de Interés Turístico Regional con recetas emblemáticas de la Comunidad. Estos reconocimientos contribuirán sin duda a la consolidación y fomento de un turismo gastronómico atractivo y di-



ferenciado en Castilla y León.

Siguiendo con esta línea garantista de ese riquísimo patrimonio inmaterial, el sector ha pedido a la Junta la creación de un departamento de Gastronomía que incentive, coordine las acciones y canalice las inquietudes de los colectivos y asociaciones empresariales del sector, como elemento de promoción turística.

# Artesanos Alimentarios y Consejería cierran un contrato para 2009



El pasado 3 de junio se encontraban en la sede de la Consejería de Agricultura de la Junta de Castilla y León la Asociación de Artesanos Alimentarios, representados por su presidente, Foro San José, y su gerente Gerardo Merino y la titular de la Consejería, Silvia Clemente. Tras varias reuniones preparatorias y diversas negociaciones se rubricaba el contrato que vincula a ambas instituciones durante el todo el año 2009. El objeto de este acuerdo contempla la promoción de la marca Tierra de Sabor en todas las actividades que desarrolle la Asociación y favorecer y dinamizar la fase de comercialización de los pro-

ductos agroalimentarios Artesanos. En contraprestación, la Consejería, se compromete a financiar las distintas actividades y actuaciones a realizar en el 2009.

Este contrato viene a sustituir y ampliar el firmado para el ejercicio 2008 y que suponía un importante precedente para el crecimiento de la Asociación y un vital impulso a la comercialización y distribución a gran escala de la agroalimentación artesana. Ese mismo espíritu, si cabe ampliado, se ha mantenido en el acuerdo alcanzado para este próximo ejercicio.

Es cierto que impone importantes esfuerzos para la Asociación de Artesanos de forma colectiva y a los artesanos de forma individual, sin embargo tanto objetivos como beneficios a alcanzar deben ser motivos suficientes para trabajar, innovar, crear y mejorar día a día.

El acuerdo exige acciones de diseño, planificación, desarrollo y ejecución a lo largo y ancho de este 2009 dentro de áreas muy concretas.

En el ámbito de la marca Tierra de Sabor, por la que tan fuerte se está apostando desde la Consejería, se pide la incorporación de al menos 30 artesanos miembros de la Asociación a la marca Tierra de Sabor. Para ello ha de iniciarse adecuadamente todo el proceso de solicitud de la marca, tramitación y recolección de la documentación oportuna. Se trata de incorporar al mayor número de productos dentro de la marca, por supuesto y especialmente los artesanos, de forma que Tierra de Sabor alcance un importante peso específico gracias al volumen de productos que representa. En un marco óptimo de desarrollo todos los artesanos deberían estar adscritos bajo el paraguas de la marca, teniendo en cuenta que al tratarse de una marca garantizadora del origen del producto no entra en conflicto con la propia de calidad que supone el sello de Artesano. Se impone a la Asociación de forma colectiva y al artesano de forma individual la vigilancia del uso adecuado y correcto de la marca Tierra de Sabor y sus elementos gráficos. Sólo las empresas que hayan cumplimentado la documentación y cumplido los requisitos pueden ser titulares de la misma. Denunciar las malas prácticas no debe ser un fin en si mismo, pero si una necesidad por el buen funcionamiento para todos.

Por último, dentro de este ámbito relativo a la marca, la Asociación especialmente adquiere un compromiso para difundir, divulgar y promocionar por cuantos medios le sean posibles la marca Tierra de Sabor. Esta promoción abarca cualquier actividad o soporte que utilice la asociación en el desarrollo de sus actividades y en sus acciones publicitarias pro-

pias. Esto se traducirá en la colocación y uso del logotipo Tierra de Sabor en cuantos elementos físicos o audiovisuales aparezca la Asociación. En este sentido desde la Asociación estamos haciendo “los deberes” desde el primer momento, ya se ha rotulado el vehículo de transporte, y se han realizado banderolas y originales publicitarios incorporando la imagen Tierra de Sabor.

Existen otra serie de compromisos adquiridos por la Asociación aplicables directamente a la Plataforma Comercial, encargada de fomentar e incrementar la cifra de negocio y penetración de productos artesanos en los grandes mercados. Uno de los compromisos exigidos pasa por seguir incrementando el número de empresarios artesanos asociados a la Plataforma. Como apuesta firme de la Administración en su objetivo de incrementar el volumen de facturación de la agroalimentación castellana y leonesa, la Plataforma debe estar integrada por el mayor número de referencias, por eso se impone a la Asociación el incremento de al menos el 25% de los artesanos que se adscriben a la citada Plataforma. Tan importante como disponer de referencias suficientes con las que acudir al mercado es el poder servir las adecuadamente. Así para mejorar la logística se va a proveer a la Asociación de un almacén general de producto convenientemente adecuado para su función. No es la única mejora que la logística debe sufrir. En este aspecto la asociación debe instalar y acondicionar en su sede a lo largo de este ejercicio, una zona dedicada a la degustación y a la exposición de los productos artesanos, de todos los productos artesanos. En este sentido la Asociación lleva terreno ganado ya que tiempo atrás encargó y ya dispone de un proyecto arquitectónico en regla para la instalación y amueblación de este espacio.

Finalmente la última cláusula del contrato afecta a la distribución y elaboración de elementos de comunicación interna, necesarios e imprescindibles hoy en día en una organización. Se pide a la Asociación que elabore y distribuya entre todos los asociados un boletín informativo con periodicidad mensual.

Por contraprestación a todas estas cláusulas contractuales el compromiso de la Consejería de Agricultura a través del Instituto Tecnológico Agrario conlleva la financiación adecuada de estas actividades, necesarias para el cumplimiento del contrato y todas aquellas destinadas a mejorar la comercialización y promoción, en definitiva, de los productos artesanos. Esta financiación alcanzará en el ejercicio 2009 los 396.000 euros. Cantidad que supone, tras el Consejo Regulador de la Ribera del Duero, la cantidad más alta destinada por la Administración Regional.

Este contrato ya está en vigor por lo que hemos de trabajar desde ya para su completa consecución.



Vehículo de reparto de la Asociación rotulado con Tierra de sabor





# 13 de junio Asamblea General Ordinaria de la Asociación

Mañana calurosa la del sábado 13 de junio. 12.00 horas y tras recurrir a la segunda convocatoria se inicia la Asamblea General Ordinaria de la Asociación de artesanos Alimentarios. El lugar elegido es uno de los salones del restaurante Las Cortes de Fuensaldaña y en él toman asiento los asistentes que en número alcanzan el quórum para la celebración del acto.

Dentro del orden del día marcado hay varios puntos que centran la atención de la mayoría de los asociados. El primero del día consigue aprobar sin problema alguno el acta de la reunión anterior. Aprobación que se produce prácticamente por aclamación al no existir opiniones en contra.

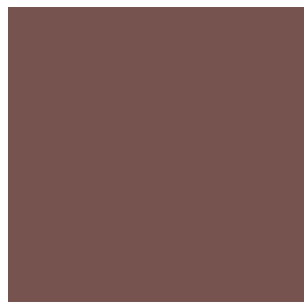
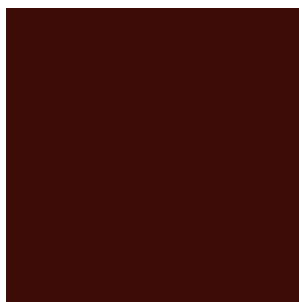
Acto seguido toma la palabra el Gerente de la Asociación, D. Gerardo Merino para desmenuzar y explicar a los presentes las cuentas anuales.

A tenor de lo acontecido en la última Asamblea y de los cambios que de allí se originaron en la gerencia de la misma, sin duda constituye uno de los

puntos más interesantes y trascendentes de la mañana. Uno a uno, el gerente explica y muestra los contenidos de las citadas cuentas. Se trata de una forma nueva de entender y aplicar la administración, posiblemente más transparente y abierta. En palabras del propio Merino supone “un cambio en el estilo de gerenciar y sobre todo de administrar la caja.” Donde “hoy no se hace absolutamente nada en operaciones que no estén total y absolutamente registradas y claras. Las cuentas anuales presentadas en el ejercicio arrojan una cifra de beneficios después de impuestos de algo más de 57.000 euros, lo que sin duda supone un tremendo éxito en la gestión fruto del buen trabajo de la gerencia.

Por primera vez, se da a los socios una minuciosa explicación ampliada y detallada de todas las partidas de ingresos y gastos del ejercicio. Aspectos como la inversión publicitaria del año, los costes asumidos por asistencia a ferias o el reparto de costes generales para las tres figuras jurídicas, Pla-





taforma, Tienda virtual y Asociación, entre otros ocupan buena parte de la explicación del Gerente, repasando punto por punto todas las partidas de una cuenta de pérdidas y ganancias, que a buen seguro, sirve a la mayoría de asociados a entender definitivamente las complicaciones que habitualmente plantea la interpretación de los balances contables. Se procede finalmente a la aprobación de las cuentas presentadas para el ejercicio.

Es tiempo de la renovación de los cargos de la Junta Directiva que por prescripción estatutaria deben someterse a elección. Estos son los de las provincias de León, Valladolid, Zamora y Segovia. La única candidatura doble que aparece es para la provincia de León, donde Carral y Peñín optan al cargo. Éste último es quien recibe más apoyos en la votación convirtiéndose así en el representante de León en el consejo rector. El resto de provincias queda representada por Repostería Molpeceres en Valladolid, Pastelería Peñín en León, renuevan en sus cargos Campo Prieto en Zamora y la Quesería de la Armuña en Segovia.

Seguidamente es la hora de abordar uno de los asuntos más polémicos y controvertidos de la mañana. La anterior secretaria de la Asociación, M<sup>a</sup> Ángeles Leonardo, de La Giralda de Castilla ha sido relegada de su puesto por decisión de la Junta de Administración ya que ha sido encontrada realizando determinadas prácticas consideradas muy graves por la regulación interna de la Asociación. Además de la pérdida del cargo se abre un expediente dentro de la Junta Directiva que decide someter a votación la solución del hecho, que decide suspenderla de su cargo en la Junta de Administración y llevar a la Asamblea la votación para su expulsión de la Asociación por falta muy grave, tal

y como se recoge en los estatutos ya que se ha encontrado una partida de pastas etiquetadas con su marca fabricadas fuera de su obrador. Presentados los cargos que dan lugar a la situación, la propia artesana Ángeles Leonardo expone su argumentación pasándose tras distintas intervenciones a la votación de la Asamblea de donde resulta su expulsión como miembro de la Asociación de Artesanos Alimentarios.

En la parte final de la Asamblea se aprovecha para ahondar y explicar el modo en que se ha procedido al cambio de imagen corporativa de la Asociación en un esfuerzo por adaptarla, modernizarla e introducirla convenientemente en el mercado con una presencia lo más atractiva posible. Aprovechando el *impasse* que se da al hablar de la imagen surgen varias cuestiones en torno a la marca Tierra de Sabor. Conviene aclarar en este punto como así se hizo en la propia Asamblea ante estas cuestiones, que esta marca debe ser no sólo compatible, sino complementaria con la de garantía de cada cual. Tierra de Sabor cumple una misión fundamental como es la de garantizar el origen y procedencia castellanoleonés de un producto, a imagen de los productos andaluces o gallegos, estando muy enfocada al mercado externo de Castilla y León principalmente por lo que, y al no ser su función principal la regulación de la calidad de un producto, debe ser perfectamente compatible con aquellas otras marcas que si vayan encaminadas a desempeñar esta función.

Cerca de tres horas después finaliza la Asamblea de Artesanos 2009.

Es tiempo de un refrigerio y departir con compañeros y amigos en la tradicional comida posterior ofrecida en el mismo restaurante.



# Enrique Martín

Preside la Diputación  
de Palencia

Es vallisoletano de nacimiento pero palentino de adopción, ciudad en la que reside y cuya Diputación Provincial preside desde el año 1999. Diez años en el cargo en los que este abogado asegura “haber trabajado por un objetivo: favorecer los intereses de los ciudadanos de la provincia”.

“Con nuestra marca, *‘Alimentos de Palencia’*, queremos reforzar la valía de nuestros alimentos para que estos sean apreciados por el consumidor”

**¿Cuáles son las necesidades más urgentes del sector agroalimentario de su provincia?**

Igual a las que tienen en otras provincias de Castilla y León, me explico: la industria agroalimentaria es un sector muy atomizado, son muchas y pequeñas empresas, el 95% de carácter fa-

miliar, y ello repercute en dificultades para estar en mercados abiertos, cada vez más exigentes y competitivos. Pero sin duda alguna esta característica también es una fortaleza, en cuanto que nuestras empresas producen de acuerdo con unos estándares de tradición y calidad, que las hace



ser diferentes y con grandes oportunidades de éxito, de acuerdo con la demanda del consumidor final.

**Desde el gobierno regional se apoya de forma clara al sector agroalimentario, y a los empresarios que lo forman especialmente mejorando la comercialización. ¿Es en esta última fase, la venta, dónde todavía fallamos con nuestros productos?**

Tal vez sea así, aunque en este sentido la Diputación Provincial de Palencia ha promocionado enormemente la marca Alimentos de Palencia no sólo fuera de la geografía provincial, en ciudades importantes como Barcelona, Madrid, San Sebastián, Vigo, Zaragoza ó incluso Amsterdam, Anuga o Lisboa, sino también en los pueblos de Palencia, haciendo provincia. Pero el gran refuerzo en la venta lo estamos realizando últimamente, ya que nuestro proyecto actual, basado en la modificación del Reglamento que regula la marca, ha introducido dos elementos nuevos, la hostelería y el pequeño comercio que, indudablemente, otorgan un valor añadido al sector productor. De esta forma queremos reforzar la valía de nuestros alimentos, y que éstos sean considerados y apreciados por parte del consumidor final; tratamos de crear verdaderos escaparates de nuestros productos de cara al consumidor final, y esto lo hacemos tanto en los restaurantes como en la pequeña tienda tradicional de alimentos.

**¿Cree que beneficiará a los productores palentinos la nueva marca de calidad creada por la Junta de Castilla y León, Tierra de Sabor?**

La nueva marca Tierra de Sabor debería ser un referente para el



“La industria agroalimentaria es un sector estratégico para esta Diputación, y así lo venimos reflejando en nuestros presupuestos”

consumidor final, y con esta idea, creo que la Junta ha decidido apostar fuertemente por este proyecto regional; pero lo cierto es que el proyecto acaba de comenzar y tendremos que esperar a que nuestras empresas se vayan integrando en el mismo, según las condiciones marcadas en el Reglamento regional. Después lle-

gará el momento de evaluar los beneficios del mismo.

**¿Le han transmitido alguna vez los artesanos de su provincia los problemas con los que se encuentran como productores y como empresarios?**

No, pero a nadie se le escapa que existen serias dificultades para conjugar ambas facetas, es decir ¿cómo producir de forma competitiva sin dejar de ser artesano?.

**¿Se hace provincia a través del estómago?**

Claro que sí, si que se hace provincia a través de la riqueza gastronómica, que también es la riqueza cultural, muchas veces heredada de nuestros antepasados. La industria agroalimentaria es un sector estratégico para esta Diputación, y así lo venimos reflejando en nuestros presupuestos que, desde hace ya casi una década, dedican una parte importante a subvencionar la creación y/o ampliación de inversiones empresariales en este sector, asentadas en los pueblos de nuestra geografía. Pero, además, se hace provincia promocionando nuestros alimentos y nuestra rica gastronomía a través de rutas, itinerarios y eventos gastronómicos. La Diputación de Palencia ha programado este verano, por segunda vez, y después del éxito de la anterior, sus *Rutas de Arte y Vino*, cuya finalidad es hacer provincia entre turistas y visitantes, tomando como base estos dos conceptos: arte y alimentos.

## Una guía para la promoción del sector agroalimentario palentino

Saben de la importancia del sector agroalimentario para la economía de la provincia y ponen todos los medios a su alcance para favorecer su desarrollo e impulsarlo. Y por eso nace la Guía Gastronómica de la provincia de Palencia, una publicación editada por la Diputación que reúne toda la información acerca de la gastronomía palentina destacando la calidad de sus productos agroalimentarios y ofreciendo un recetario basado en estos. Además, la Guía muestra una lista de restaurantes donde poder disfrutar de los placeres del comer en la provincia.

La Diputación edita este libro con el objetivo de que se convierta en un compañero de viaje para el visitante, en un referente para los profesionales del sector de la alimentación y la hostelería y en la mejor promoción para el sector agroalimentario, uno de los grandes generadores de empleo de la provincia en particular y de la región en general.

# el nuevo Registro Artesano está en marcha ¿y ahora qué?



Gerardo Merino, Gerente de la asociación de Artesanos Alimentarios, nos recibe en su despacho para charlar sobre la situación que tiene la Asociación respecto a aquellos artesanos que siguen sin poder regularizar sus situación.



**Se ha acabado el plazo para realizar la inscripción en el Registro Artesano. ¿Cuánta gente aún no tiene resuelto este tema?**

Pues ahora mismo puede haber cerca de un 40% de los miembros de la asociación, no estrictamente fuera, sino que han podido presentar la documentación requerida pero aún no le ha sido autorizado ese registro.

**De ese porcentaje de artesanos, muchos de los cuáles como nos dices tiene presentada la solicitud, ¿cuántos podrían verse con problemas para seguir como artesano a tenor de la regulación de la Artesanía en Castilla y León?**

Calculo que puede haber unos cuarenta o cuarenta y cinco artesanos que ahora mismo y si nos atuviéramos al estricto cumplimiento de la ley tendrían problemas en este mismo momento. Afortunadamente como digo buena parte de éstos aunque no están con su situación en regla y dado que presentaron en tiempo y plazo la solicitud y la documentación, cabe esperar que terminen solucionándola. Ahora mismo se están dando tres supuestos. El del artesano que ya lo ha presentado en tiempo y forma y se lo han autorizado, con lo que puede seguir funcionando perfectamente sin ningún problema dentro de su actividad con los marchamos y distintivos oportunos. Por otro lado están los que han solicitado el registro, han presentado la documentación pero por alguna circunstancia tiene congelada o

retenida la autorización, bien porque no cumple alguno de los requisitos, bien porque le falta alguna documentación requerida o la presentada no está correcta y por ese motivo está a la espera de la autorización a expensas de solucionar esas deficiencias. Este tipo de artesanos desde el día 31 de mayo estaría fuera de la normativa y no podría utilizar ni distintivos ni denominación de artesano. Y aún hay un tercer caso, que lo hay, de quien siendo hasta ahora artesano no ha presentado solicitud ni documentación alguna, este caso es más grave ya que a todos los efectos queda fuera de la ley y no puede ni pertenecer a la Asociación, ni denominarse artesano, ni utilizar alguno de sus símbolos.

**Vamos a quedarnos con alguno de estos dos últimos casos que parecen los más acuciantes. Cómo está actuando, interviniendo e incluso ayudando la Asociación a los artesanos que puedan verse en estas situaciones.**

Pues por empezar por lo más sencillo, el último caso, el de quien no ha presentado nada de nada. Es



un asunto muy delicado ya que nos obliga incluso a la Asociación a tomar medidas y urgentes, porque repito estamos fuera de la legalidad vigente a día de hoy. Cabe la actuación para promover su expulsión de la Asociación, aunque también vamos a ver la cifra definitiva que se ven en esta situación por si fuera necesario solicitar una moratoria desde la propia Asociación. En cualquier caso si alguien se ve en este caso y tiene interés en resolverlo debe dirigirse a la Asociación.

En cuanto al caso de los que presentada la docu-



mentación no han recibido la autorización, si el problema es un mero trámite administrativo, la Asociación será indulgente de momento, incluso se tratará de apremiar a la Administración para tratar de solucionar estas situaciones.

### **¿Cómo se va a ejercer la vigilancia sobre el uso y la marca fraudulenta de los productos y la denominación artesana?**

Por los propios estatutos de la Asociación debemos ejercer esa vigilancia. Además ahora con la firma del contrato a mayores nos la encargan desde la propia Consejería. Creo sinceramente que debemos ser muy serios y muy respetuosos en este asunto. Tenemos una marca que debe diferenciarnos en el mercado y por lo tanto debemos ser muy exigentes en todo aquello que tenga que ver con quién y cómo la incluye en su tienda, en su negocio, en sus productos y en sus embalajes. La Asociación velará porque todos los productos que lleven el logotipo y la palabra de artesano tengan absolutamente todo en regla, desde los registros hasta el último papel. Hay una buena cantidad de productores que ha solicitado entrar en la Asociación y que está esperando para tener su registro artesano en regla porque si no, no se le puede admitir.

### **Qué debe hacer un artesano que detecta productos o artesanos sospechosos de estar utilizándose de forma fraudulenta.**

Si eso es así lo que deben hacer es ponerlo inme-

diatamente en conocimiento de la Asociación y a partir de ahí nos dirigiríamos a la Administración pertinente para denunciar o actuaríamos nosotros de forma directa, si el que hace mal uso de la marca es miembro de la Asociación, entonces también tendríamos que entrar nosotros y ya veríamos qué consecuencias conlleva eso, la expulsión, un expediente...

**Centrémonos en los aspectos más optimistas de esta situación. Aquellos artesanos que se encuentran en ese periodo de *impass*, con la documentación presentada pero sin la autorización concedida. ¿Desde la Asociación se está empre-**



**diendo alguna acción para tratar de solucionar esas situaciones?**

Si. En primer lugar hay que conocer la casuística que ha originado la situación porque puede ser por muchos motivos. Algún artesano puede que no tenga la autorización porque no tenga registrada la marca, etc. Hay otros que les puede faltar alguna vida laboral de los trabajadores, u otro tipo de documento, en estos casos si lo necesitan pueden contactar con nosotros en la Asociación porque podemos también echar un cable a cumplimentar alguno de los trámites.

**¿Se sabe algo de alguna ampliación del plazo o moratoria que pueda concederse desde la Administración?**

Pues como nosotros también estamos en la mesa de negociación de la artesanía dentro de la Comisión de Artesanos, estudiaremos los casos que hay para que si existe un número suficiente de casos que estén pendientes de la autorización habiendo cumplimentado todos los pasos anteriores, se solicitará una moratoria para evitar males mayores porque creo que además el sentido común dicta esa medida.

Tenemos que intentar solventar todos esos casos, y estoy convencido que saldrán adelante todos estos casos de los que venimos hablando.



# Repostería Ana la Artesana

“Sinceramente creo que a la gente le cuesta comprar productos artesanos, porque no se valora todavía el trabajo que lleva hacerlos y prefiere pagar menos”

Dicen por ahí que las pastas de Ana la artesana saben como las de las abuelas, y será verdad, puesto que ella, Ana, heredó de la suya las recetas con las que hoy conquista paladares.

Con los papeles de la abuela, dos subvenciones, un horno y una batidora y muchas ganas de trabajar se embarcó en el más difícil todavía: mujer, del medio rural, empresaria y artesana. Desde hace seis y a pesar de las dificultades con que se encuentra sus productos llegan a las delicatessen y a las empresas, ya que personaliza regalos de navidad para quien se lo pida.

Pastas de canela, magdalenas, galletas, tortas, paulinas y feos salen del horno de Ana Isabel Merino para alegrar a alguien el día. Ya lo dice el refrán... a nadie la amarga un dulce y menos si está tan bueno.

**ANA LA ARTESANA**  
Ana Isabel Merino Martín  
C. Molino, s/n  
49624 Abraveses de Tera- Zamora  
Teléfono: 980653090 - 605883838



**En 2003 decide compartir con los demás lo que hacía en su casa para su familia y lo que aprendió de ver trabajar a su abuela.**

Comencé porque me gustaba, lo había visto en casa desde pequeña y me gustaba hacer las cosas de forma natural. Mi abuela se dedicaba a esto y yo heredé las recetas. Y sí, empecé en 2003 con mi empresa.

**¿Recuerda los comienzos amargos, a pesar del azúcar y de la ilusión?**

Me costó mucho empezar, porque por todos los sitios me ponían impedimentos, primero por ser artesana y luego por ser empresaria. Pero la mayor dificultad con la que me encuentro, también hoy, es sacar el producto fuera, venderlo, estamos en un pueblo muy pequeño y es muy difícil.

**¿No pudo llegar a la ayudas de las instituciones y no contó con la tutela de la Asociación de Artesanos en aquel momento?**

¿Ayudas? Pues sí que tuve dos subvenciones. Una sobre todo me ayudó, la otra no tanto porque yo tuve que adelantar el dinero. Y desde la asociación también me ayudaron mucho, y lo siguen haciendo. No digo esto porque esté hablando para la revista de la artesanos, sino porque es la verdad, a mi estar en la asociación me ha supuesto una gran ayuda, vamos a ferias, me llevan el producto también, nos publicitan... Pero necesitamos más ayudas para ampliar y producir, para invertir en nuevas cosas. Si no para las microempresas como la mía crecer es imposible.

**Una vez más la demografía tiene mucho que agradecer a las empresas artesanas.**

A nosotros nos pilla lejos todo, estamos lejos de Zamora, de Valladolid... Abraveses de Tera es un pueblo muy pequeño, de 100 habitantes y casi todos jubilados, gente muy mayor, así que pertenecer a la Asociación es como un pasaporte. Vivir aquí no es fácil.

**¿En qué medida está notando la situación actual de las economías domésticas?**

A mi me está afectando la crisis, claro que sí, el año pasado por estas fechas no paraba, todos los días cocía algo, y ahora estoy casi casi parada. Espero que ahora se anime, porque el verano es una época muy buena, desde ahora hasta navidades, cuando baja mucho la producción y me dedico más a los regalos de empresa.

**¿Ha tenido que reajustar la producción por un descenso de demanda? ¿Cómo planifica el stock?**

No puedo hacer grandes cantidades, soy yo sola, no puedo abarcar más. Y tampoco me puedo plantear aumentar la plantilla porque esto cuesta sacarlo adelante. La producción me la fija la demanda, casi casi trabajo por encargo, tengo stock pero muy pe-

queño. Y luego voy a ferias, donde sí que vendes, sobre todo en la Feria del Pimiento de Benavente. Y luego hay que tener en cuenta que no llevan conservantes y que duran menos que un producto industrial.

**No es entonces tan optimista como otros compañeros del gremio artesano, que piensan que ya hemos educado al gran público en la compra y consumo de artesanía alimentaria.**

Yo te digo que a la gente le cuesta comprar esto, creo que no se valora todavía el trabajo que lleva, la gente prefiere pagar menos, la verdad. Es verdad que vamos mejorando, pero es tan tan lento... Definitivamente yo no creo que la gente sepa realmente que paga más porque esto se hace uno a uno. Y luego somos muchos, artesanos hay muchos.

**Ya sabe que para denominarse como tal hay que estar inscrito en un registro de la Junta y aceptar unas condiciones de producción, que será vigiladas.**

Sí, estoy en ello, con los trámites de inscripción en el registro de artesanos. Para nosotros es muy beneficioso que se vigile esto. Y deben hacerlo con seriedad, porque a nosotros nos exigen mucho. Y también estoy con los papeles de Tierra de Sabor.

**Respecto a Tierra de Sabor la opinión de los artesanos es unánime: la marca alimentaria va a ayudarnos a todos.**

Y yo también lo creo, desde luego. Es un distintivo más, una garantía de calidad y conlleva la posibilidad de darnos a conocer más aún.

**¿Dónde puedo comprar paulinas de Ana la Artesana?**

Pues aquí en la tienda obrador, y en la provincia de Valladolid sobre todo, a través de distribuidores que lo llevan a gasolineras y tiendas delicatessen. Y en Zamora, donde vendo en tres tiendas. Pero te repito que cuesta mucho, creo que todavía no somos conscientes de que la calidad es muy superior.

**¿Cómo podríamos explicar a la gente que es la artesanía alimentaria?**

En mi caso mis productos son artesanos porque los hago uno a uno, la pasta va cortada a mano, solo tengo dos máquinas, un horno y una batidora. Lo demás lo hago todo a mano. Lo más importante para fabricar una buena pasta es que todo esté al milímetro, respetar el batido, el reposo de la masa y el tiempo de cocción. Entre que bato, hago la masa y horneo empleo como una hora y media. Luego se tarda mucho en pesar, plastificar, meter en caja, pesar y poner etiqueta. Cada bate son tres o cuatro horas y unas diez cajas. Realmente esto lleva su tiempo. Hay gente que me dice 'luego dicen que valen mucho, pero solo el tiempo que tardas en hacerlo ya lo vale'.



# tierra de sabor

CASTILLA Y LEÓN

UNA PELICULA  
QUE **NUNCA** ACABA