

la VOZ artesana



número 1 - mayo 2008

Revista Informativa de la Asociación de Artesanos Alimentarios de Castilla y León

sumario

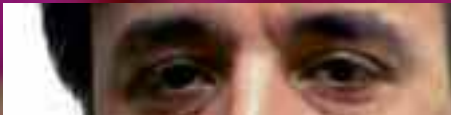
Ferias:
Alimentaria Barcelona, Gourmet Madrid,
Feria del Queso Artesano de Coín.
Preparando Carracedelo.



Jornadas de los productos artesanos en el Corte Inglés.



La Junta tiene un plan.
Nos lo desvela el Director de
Industrialización y Modernización Jorge
Morro.



Conclusiones del Encuentro de quesos artesanos de Coín.

El Artesano del mes:
Licores con sabor a Salamanca:
El Majuelar.



Una nueva sede que abre nuevos proyectos

**Nueva sede en Fuensaldaña
Contrato con la Junta de Castilla y León
Plataforma de distribución**

Alimentaria Barcelona: La Feria

Se celebraba este año la XVI edición de la feria Alimentaria de Barcelona y nuevamente los productos artesanos tuvieron su representación en la que pasa por ser una de las tres ferias internacionales de alimentación más importantes del mundo.

Congrega a los productos más representativos de todo el planeta, apreciados por más de 158.000 visitantes profesionales provenientes de los cinco continentes y a los que se tuvo la oportunidad de presentar nuestros productos artesanos a través de stand habilitado dentro del de la Junta de Castilla y León. Stand que fue visitado por las autoridades regionales que pasaron por la feria como el Presidente del Gobierno Regional, Juan Vicente Herrera o la Consejera de Agricultura, Silvia Clemente, quienes se desplazaron hasta Barcelona para arropar a la agroalimentación de la comunidad.

Especialmente importante para nosotros resultó esta edición, pues en ella se rubricó y se presentó por parte de la Consejera Clemente el contrato firmado para la promoción y el desarrollo de la artesanía regional.

El éxito de su modelo ferial llevó a Alimentaria 2008 a ocupar la totalidad del espacio de Fira Barcelona en sus dos recintos, Montjuic y Gran Vía. En total 131.000 m² de exposición y actividades de animación que supuso un incremento del 10% respecto a la edición de 2006.



EN EL ÚLTIMO MES

Los productos artesanos de Castilla y León, presentes en Gourmet 2008

Cerca de 70.000 visitantes llegados de todos los rincones gastronómicos de España y del Mundo pasaron el pasado mes de Abril por el Salón Internacional del Club del Gourmet que se celebra cada año en Madrid desde hace ya 22 ediciones, descubriendo las novedades del sector alimentario y degustando los productos delicatessen de la gastronomía española e internacional.

Profesionales y distribuidores a los que intentamos presentarles los productos enviados por aquellos artesanos que decidieron acudir a la cita madrileña y que estuvieron expuestos en dos stands dentro de los 1.200 m² que el ITA dispuso para los productos de calidad de Castilla y León. Es sin duda



una apuesta importante en la política individual de promoción y comercialización de los productos de calidad de la pequeña empresa agroalimentaria. El salón del Gourmet se convierte en un necesario escaparate comercial y de encuentro con importadores del Reino Unido, Rusia, Mexico, Alemania, Corea y Suiza, presentes en esta edición.

EN AGENDA

Próxima cita: El Bierzo. Feria de Carracedelo



La XII Feria de Agroalimentación y Multisectorial de Carracedelo, que este año se reduce a tres jornadas, se celebrará del 2 al 4 de junio en el recinto ferial del Oro de Roma de Carracedelo. El organizador de este ya tradicional encuentro, Manuel Reguera, ha destacado que «se ha reducido a las jornadas en las que asiste más público, ampliando el horario, que será de 12.00 a 20.00 horas para que resulte más eficaz».

De nuevo destacará en El Bierzo la Feria de Artesanos Alimentarios de Castilla y León que tendrá lugar en este recinto en su tercera edición. Basta decir que en estos tres días de feria cerca de 40.000 personas recorrerán las calles y puestos de la localidad berciana lo que da un aidea de la enorme repercusión de la feria en las gentes de la comarca y visitantes que hasta aquí llegan.

Cabe destacar el apoyo que desde la Junta de Castilla y León se le da a este encuentro anual por su especial importancia y sobre todo porque cada año es capaz de crecer en número de expositores y de público. Otro de los nuevos eventos que se celebrarán durante estos días será la primera Feria del Vino con caracterización romana y con la participación de al menos una docena de bodegas. Siguiendo con las novedades podremos ver la celebración de un mercado temático romano.

Productos Artesanos y El Corte Inglés, un matrimonio muy bien avenido

Todo el que se haya puesto la carpeta bajo el brazo y haya tenido que salir a vender su producto, sabe de lo complicado que es. Más aún acceder a determinadas tiendas; y mucho más a la gran superficie de distribución. En buena medida por las exigencias que los pequeños productores suelen encontrarse. En estos casos la calidad debe ser la llave que nos abra la puerta. Así lo ha hecho El Corte Inglés con los productos Artesanos de Castilla y León. Hemos charlado con el responsable del área de Supermercado de este centro comercial en Valladolid.

¿Dónde nace la relación entre los productos artesanos y El Corte Inglés?

La verdad es que llevábamos tiempo pensando en juntar todos los productos posibles de la comunidad en un rincón de la tienda. así que nos pusimos en contacto con la Asociación de Artesanos como representación de todos estos productos y a partir de ahí poco a poco hemos ido dando referencias de alta. Aún estamos en una fase de comienzo; aunque ya tenemos bastantes productos dados de alta, aún tenemos que dar de alta muchos más. Aún así, hoy podemos encontrar un montón de productos artesanos en los lineales, todos juntos para que el cliente cuando venga vea todo lo que se da en Castilla y León.

¿Cómo percibe el cliente de El Corte Inglés este tipo de productos?

Pues mira tenemos un termómetro muy fiable para este dato: llevamos haciendo ya desde hace cuatro semanas unas jornadas de catas en la cafetería del centro donde principalmente se muestran los productos artesanos y entre esas catas y los puntos de venta en tienda vemos que el cliente está respondiéndolo de maravilla. Incluso hemos comprobado como los propios clientes están encantados y orgullosos de que El Corte Inglés tenga un rincón propio para los productos de Castilla y León.

¿Hay acciones similares con productos de otras regiones de procedencia?

En principio no. Es exclusivo de Castilla y León.

Y los compradores, ¿eligen más los productos de la Comunidad que los de otras regiones de España?

Si, si. Empiezan a funcionar mejor los productos de aquí, quizá por este tipo de acciones, o el tenerlos agrupados que facilita mucho la compra al cliente...

Curiosamente además de ser consumidos por ser productos de gran calidad, se utilizan cada vez más para regalar, hacer regalos de calidad y originarios de Castilla y León.

Creo sinceramente que los productos de aquí empiezan a desbancar a los productos de fuera.

Nos comentaba los usos que le dan los consumidores, entre ellos los regalos, pero... ¿lo ven también como producto de consumo habitual o diario?

Si, empieza a ser un producto de consumo habitual porque ya es normal que te pregunten por unas pastas determinadas, unos encurtidos de tal marca,... ya los demandan, con lo que vemos que ya comienza a ser un producto de consumo habitual, que por otro lado es lo que todos pretendemos.

¿Qué camino les falta recorrer a estos productos, qué le falta al producto artesano para alcanzar mayor difusión en el mercado?

Pues cada vez son menos las cosas que les faltan. Lo que si tenemos claro los distribuidores es que el producto tiene calidad de sobra, ahora hay que "saber venderlo", hay que ponerle un envase bonito, darle ese toque... el pregonar convenientemente el producto, ese puntito de marketing serían los únicos deberes a cumplir.

La relación entonces, la podríamos definir como...

Estupenda. De verdad, estupenda. Nosotros estamos encantados con ellos y creo que ellos también con nosotros, así que la relación promete ser muy duradera e incluso ir creciendo poco a poco.

Industrialización y modernización... Hay que incrementar el valor de las industrias agroalimentarias que hay en Castilla y León, es uno de los objetivos de este gobierno regional. Que planes de acción tiene marcados en este sentido desde su competencia?

Los retos fundamentales marcados por la Consejería de Agricultura y Ganadería, en relación a la industria agroalimentaria, para esta legislatura se pueden resumir en los siguientes aspectos:

Apoyo a las empresas agroalimentarias a las que destinaremos 500 millones de euros en esta legislatura como ayuda específica a las inversiones que plantee el sector.

Con el objetivo de aumentar la competitividad y la productividad del sector agroalimentario regional hemos definido el Plan de Promoción y Comercialización para los años 2008-2011 que entre otros objetivos pretende: incrementar en un 25% el valor de la producción bruta hasta superar los 10.000 millones de euros y en un 30% el valor del consumo de materias primas procedentes de la región por la industria agroalimentaria.

Además, siendo conscientes de la importancia de la innovación en este campo, tenemos abiertas dos líneas de subvención con importantes dotaciones presupuestarias para potenciar la investigación. Una de ellas para la cooperación entre el sector primario y la industria con el fin de desarrollar nuevos productos, procesos y tecnologías en el sector agrícola y alimentario, en la que la subvención a fondo perdido puede llegar hasta el 85%; y otra dirigida a las pequeñas y medianas industrias agroalimentarias para investigación y desarrollo con una financiación de hasta el 60%.

Otro aspecto fundamental es impulsar la formación agraria, fundamentalmente una formación especializada dirigida a la creación de empleo. Vamos a poner en marcha una nueva modalidad, contrato-empresa, para que los jóvenes que estudian en las Escuelas y Centros dependientes de esta Consejería puedan simultanear su formación con un empleo en empresas del sector, facilitando así su integración en el mercado laboral.

Cómo ve lo de congeniar modernización y artesanía?

La artesanía alimentaria en Castilla y León es un sector económico que desempeña un papel cada vez más relevante en la vida económica de esta región y es fundamental para el desarrollo de las economías rurales ya que promueve la instalación de pequeñas industrias y explotaciones agrarias, contribuyendo al asentamiento de población.

Para poder regular este sector, recientemente se ha publicado la "Orden de la Consejería de Agricultura y Ganadería, por la que se desarrollan los principios generales de la artesanía alimentaria en Castilla y León y se regula el Registro artesanal alimentario de Castilla y León".

En la orden se establecen los principios generales de la producción artesana, el uso de las indicaciones fundamentales del etiquetado como fecha de elaboración, fecha de recolección y tiempo de curación y las materias primas y productos semielaborados, así como la mecanización permitida y las prácticas prohibidas en cada subsector de la artesanía.

Una de las principales demandas en este sentido es la de apostar e incentivar las nuevas tecnologías en la artesanía. Qué tiene que venir a aportar?

La Consejería de Agricultura y Ganadería lleva apostando desde hace tiempo por la aplicación de las nuevas tecnologías en todos los ámbitos de este sector y una prueba de ello es la venta de alimentos a través de Internet como una posibilidad para abrir las producciones de alimentos de calidad de Castilla y León a nuevos mercados.

La puesta en marcha de esta plataforma de comercio electrónico está avallada por la Junta de Castilla y León y a través de un Plan específico para potenciar la artesanía agroalimentaria se pretende, entre otras medidas, ampliar el catálogo de productos ofertados, mejorar la imagen de estos productos e incrementar su volumen de negocio.

Los artesanos han solicitado ayudas en este ámbito, se han previsto planes de apoyo a la incorporación de estas tecnologías?

La Consejería de Agricultura ha venido apoyando desde hace algunos años

**“hemos hecho
para el total i
artesanía a**

**Jorge
Director General de Industrializ
de la Junta de**



o un contrato impulso de la alimentaria”

Morro
ización y Modernización Agraria
Castilla y León.



a la Asociación de Artesanos Alimentarios en este campo. Lo vamos a continuar haciendo, vamos a potenciar el canal Internet y no solo a través de esta Asociación. Pero en lo que a la Artesanía se refiere, la citada asociación, que representa a la mayoría de los artesanos de nuestra Comunidad Autónoma, va a contar con la ayuda de la Consejería con ayudas específicas que contribuyan a que los productos artesanos sean más conocidos, que el consumidor aprecie sus diferencias y que se incrementa su venta directa y a través del comercio electrónico.

Las mejoras y adaptaciones han de hacerse en los procesos de fabricación, maquinaria, tecnología, etc pero también en la forma en la que se vende. Se acaba de firmar un convenio entre gobierno regional y artesanos para impulsar una plataforma de distribución háganos una valoración propia.

Efectivamente, se ha firmado un contrato entre la Consejería de Agricultura y Ganadería, a través del Instituto Tecnológico Agrario, y la Asociación de Artesanos Alimentarios de Castilla y León con el fin de prestar un servicio integral de fomento e impulso de la Artesanía Agroalimentaria de Castilla y León durante el año 2008, es decir, no solo para impulsar una plataforma logística, sino que va más allá tratando de impulsar la artesanía en todos los ámbitos

Ustedes cuentan con el proyecto de las tiendas "Castilla y León es sabor". Cómo está ese proyecto y cómo se va a desarrollar por ejemplo para su participación?

Actualmente está en fase de definición, en una primera fase lo iniciaremos creando espacios comerciales específicos "Castilla y León es sabor" en tiendas ya en funcionamiento así como en la red de casas del parque de los espacios naturales con el objetivo de tener una rápida implantación y familiarizar al consumidor con la marca y nuestros productos. En una segunda fase se plantea la puesta en marcha de una tienda piloto que de lugar a un posterior desarrollo a través de sistemas como la franquicia o el que se presente como más adecuado en ese momento.

Nos habla de marcas de calidad (DO), no existe una cierta profusión de estas en el mercado castellano y leonés, que pueden confundir o no ser valoradas suficientemente por el consumidor?

Es cierto que tenemos 56 denominaciones de calidad entre Denominaciones de Origen, Indicaciones Geográficas Protegidas y Marcas de Garantía. Sin duda todas ellas han alcanzado estas calificaciones de forma merecida por su calidad y buen hacer, por las especiales características que les adornan y convierten en productos singulares y con diferencias del resto. Por ello queremos que el slogan "Castilla y León es sabor" sea el paraguas común y la referencia que llegue al consumidor. Es mejor concentrar los recursos de promoción en esta referencia porque los efectos van a ser mucho más positivos que si se dispersan en más de 50 marcas distintas.

Otro de los aspectos importantes que se buscan desde la CE es la incorporación de jóvenes al ámbito rural. La artesanía precisamente está recogiendo buena parte de estos jóvenes que deciden quedarse o establecerse en los pueblos. Cómo se puede incentivar aún más este aspecto?

Uno de los compromisos marcados por la Consejera de Agricultura y Ganadería para esta legislatura ha sido "conseguir la Incorporación de 5000 jóvenes en actividades económicas en el medio rural: explotaciones agrarias, industria agroalimentaria, cooperativas y microempresas".

Así, en las ayudas a las industrias agroalimentarias que vamos a convocar este año incorporamos como novedad que aquellas industrias que adquieran el compromiso de alcanzar o mantener la calificación de empresa artesana alimentaria se le incrementará la ayuda en un 5% adicional sobre cualquier otra empresa. También hemos incrementado de forma notable la ayuda media por expediente, en relación con la pasada legislatura, para un joven que decida instalarse como agricultor y viva en el medio rural, posibilitándole un anticipo de la ayuda que, en determinados supuestos, puede llegar a alcanzar el 100%. Por último, también se incentiva, a través de la



Foro San José, Presidente de la Asociación de Artesanos Alimentarios de Castilla y León

Retos y próximas actuaciones para los artesanos de Castilla y León

Aprovechando el primer número de la revista, y atravesando un importante punto de inflexión hemos querido charlar y acercar ideas, proyectos y puntos de vista acerca de lo que se está “cociendo” en los fogones de los artesanos. Un futuro y un mercado interesantes y esperanzadores a los que hay que plantar cara con ideas y trabajo: modernización de estructuras, una nueva sede para la asociación, el reglamento artesano y un contrato de promoción con la Junta para vender más y mejor serán las primeras herramientas.

¿Qué va a suponer para los artesanos de Castilla y León el convenio firmado recientemente con el Gobierno Regional?

Una manera de promocionar el conjunto de todos los productos agroalimentarios artesanos y a la vez comercializarles a través de una plataforma comercial de ventas.

Uno de los objetivos es llegar a los grandes distribuidores comerciales, ¿Es compatible un producto artesano con ciertos niveles de producción y/o facturación?

Por supuesto que si, y además de estar en los lineales de las grandes superficies como producto de máxima calidad al alcance de la mano de un mayor público objetivo, ayudando al artesano que por sus medios de una manera individual le sería muy dificultoso.

Este convenio realza la figura de "lo artesano". Con el decreto que también ha emitido la Junta sobre producción alimentaria artesana quedará suficientemente regulada y delimitada esta figura?

Este era el fin que se ha pretendido durante los seis años que hemos estado luchando por sacarle adelante y con la nueva " Denominación de Calidad " de los productos " Artesanos " sentirnos protegidos de otros productos que no tienen la denominación específica y certificado de Calidad.

De los 200 artesanos inscritos en el registro de empresas como tal en Castilla y León, hay unos cuantos fuera de la Asociación ¿En que afecta esta situación?

Nuestra asociación esta representando a más del 75% de los inscritos por el mero hecho de ser un colectivo tan representativo siempre tiene mucha más fuerza que cualquiera a nivel individual, además de gozar de todos los servicios que brinda y realiza la propia asociación dándoles asesoramiento, publicidad, promoción, asistencia a ferias y otros muchos eventos que de manera particular es imposible que pudieran estar representados.

Ante la profusión en el mercado regional de marcas de calidad, locales, provinciales, regionales, de origen... ¿cree que el consumidor es capaz de percibir las y valorarlas?

Yo creo que si, y de hecho hemos detectado que el mercado y el consumidor final vemos que aprecia de una manera muy significativa la calidad en contraprestación de mucha cantidad valorando muy positivamente los productos Artesanos que tenemos de nuestros asociados, bien es cierto que nos gustaría que nuestro mer-

cado se ampliase más del nivel regional donde si gozamos de mucho prestigio.

Volvamos a la plataforma de comercialización. ¿Cómo va a notar un artesano su funcionamiento?

Con la ampliación de sus ventas ya que además de lo que venda por sus medios se le incrementarían sus ventas con los productos que comercialice la propia plataforma comercial y llegara su producto a grandes superficies donde él por sus medios sería imposible estar en estos lineales.

¿Qué volumen se plantean mover a través de la plataforma?

A corto plazo el objetivo sería conseguir que cada artesano podría suponerle una facturación superior al 30% de lo que el venda por sus medios y de hecho como ya tenemos experiencia en la plataforma hemos conseguido que en algún caso el artesano ha superado 100% de las ventas que realizaba de manera individual.

El siguiente reto, ya lo ha pedido, es mejorar y avanzar en la modernización de las industrias, incluyendo la incorporación de las nuevas tecnologías, ¿Cómo se va a plasmar?

Siempre estaremos a favor de los avances tecnológicos pero siempre consiguiendo la calidad máxima y no perdiendo el espíritu artesano que es la esencia de nuestro colectivo.

Todo ello estrenando nueva sede, más funcional, que les va a permitir desarrollar distintas actividades, incluyendo una tienda...

Efectivamente con el cambio de nueva sede en Fuensaldaña queremos tener una tienda escaparate de todos los productos de nuestros asociados para que se puedan ver, degustar y analizar su presentación por parte de los compradores y de los jefes de compras de las grandes superficies y tiendas especializadas. La idea con alguna de estas personas cuando se la hemos manifestado les ha parecido magnífica.



Conclusiones a la Jornada Internacional de Quesos Artesanos de Coín

Los pasados 25,26 y 27 de Abril las localidades malagueñas de Cala de Mijas y Coín acogieron la Semana Internacional del Queso Artesano con diversas actividades, entre ellas las Jornadas Internacionales del Queso Artesano y la Muestra de Equipamientos para queserías artesanales.

Las Jornadas contaron con ponentes procedentes de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y de otros organismos relacionados con el sector quesero provenientes de Francia, Italia, Portugal y España, todos para debatir y aportar ideas en torno a la comercialización y la legislación.

Paralelamente se celebró el Mercado Internacional del Queso Artesano con presencia de más de un centenar de variedades de quesos procedentes de Andalucía, Extremadura, Canarias, Galicia, País Vasco, Cataluña, Bélgica, Francia, Portugal e Italia y por supuesto varios de los artesanos queseros de Castilla y León.

Dña. M^a **Luisa Aguilar Zamzalamberri**, de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria pronunció la primera ponencia.

Su principal objetivo ha sido el de transmitir tranquilidad y flexibilidad por parte de la Agencia de Seguridad Alimentaria. Afirmando que existe un documento MARCO, donde se ha dado un "nuevo enfoque" al autocontrol o A.R.P.P.C., DONDE DICE QUE DEBEN SER SUFICIENTEMENTE FLEXIBLES PARA PODER APLICARSE EN TODAS LAS SITUACIONES INCLUIDO EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS.

TANTO EN DOCUMENTOS Y REGISTROS

Existen varios documentos editados por algunas Comunidades Autónomas donde se detallan esos puntos flexibles que la ponente ha expuesto (ver en Internet página de la Agencia de Seguridad Alimentaria www.aesan.msc.es).

Otro punto interesante fue la comparativa de nuestra legislación quesera y lactea con la legislación en Francia. La encargada de disertar sobre el tema fue Dña. **Yolanda Mauren** del Centre Fromatger de Carmejane.

La industria artesana francesa está integrada por "pequeñas queserías o queso de granjero" cuando la leche que se transforma es del propio granjero y según técnicas muy tradicionales.

No existe ninguna definición fijada por una normativa y con criterios específicos, pero una definición empírica por oposición a la "industria gruesa" entre 1 y 2 millones de litros transformados al año.

En Francia no cuentan con un A.P.P.C allí se llama "Guía Nacional de buenas prácticas en la producción quesera". Y evidentemente cuando se da un nombre diferente al sistema de aplicación de la normativa. Es porque hay diferencias importantes entre las pequeñas queserías y el industrial.

Resalta además "la flexibilidad es necesaria para permitir la conservación de los métodos tradicionales.

Como consecuencia de las acciones sindicales de los profesionales del sector se elabora la normativa de 1996

sobre las "derogaciones para las queserías de capacidad pequeña" realizando una "Guía de Buenas Prácticas de Higiene con una validación Oficial", como está previsto en las Normativas Europeas. Documento redactado por 11 técnicos especializados, cada uno ayudado por un grupo propio de técnicos y otro Grupo de validación profesional y técnico en 5 regiones. Elaborando un informe para la Comisión Nacional debatido por Profesionales; Administraciones Cámaras de Agricultura, Instituto de l'èlevage, Instituciones que subvencionan el proyecto. Elaborando un documentos adaptado a las condiciones de producción en granjas.

La Legislación en **Portugal**.

Existen quejas al igual que en España del exceso de celo de la administración y la excesiva burocratización del sector lo que origina queserías con poco queso pero con grandes estanterías repletas de papeles.

La Legislación en **Italia**, por D. **Salvatore Clips**.

En el caso de ovino y caprino las queserías artesanales están consideradas como explotaciones de incluidas como explotaciones ganaderas y de estas el 80% tienen quesería.

No existe definición legal de artesanía y se considera pequeña quesería cuando produce menos o igual a 2000.000.- litro/año y luego se considera quesería artesanal cuando se transforma menos o igual a 500.000.- l/año.

En líneas generales se considera artesano cuando se transforma leche de la propia explotación y algo del exterior empleando métodos tradicionales de elaboración.

Las pequeñas queserías y las artesanales, es decir igual o menor de 2000.000.- l/año, no es necesaria la aplicación de la HACCP y no es necesario el sello EU dentro del ámbito provincial

El Ministerio de Agricultura ha elaborado una guía de buenas prácticas para cada región italiana, donde explica la interpretación de la nueva normativa higiénica

nico-sanitaria, a través de servicios veterinarios, de desarrollo agrícola etc...

Ponencia de D. **Fernando Ferrer Urbano**. Director de Naoset Sistemas Informáticos.

Presentó un Software para quesería que gestiona toda la fase de control de la elaboración de productos lácteos, así como la gestión de la A.P.P.C. y la trazabilidad total de los procesos.

Interesante fue la sugerencia para crear una figura jurídica con carácter estatal que agrupara al sector a nivel de toda España para defender los derechos de los artesanos del sector lácteo a nivel estatal.

En dicha reunión quedó de manifiesto que la aplicación de la legislación sanitaria NO SE ESTA REALIZANDO BAJO LOS MISMOS CRITERIOS EN EL ESTADO ESPAÑOL, extrayendose importantes conclusiones y consideramos de vital importancia la creación de esta

organización para unificar criterios con todas las comunidades autónomas y conocer más detalladamente todos los criterios aplicados en España. Al mismo tiempo defender ante el estado español las posiciones con respecto a la legislación que se está aplicando en Europa.



Han sido varias e importantes las empresas que se dedican a la fabricación y venta de maquinaria para la industria láctea las que han asistido a esta Feria. Constatando que existe la posibilidad de que prácticamente cualquiera de ellas puede fabricar lo necesite particularmente cada artesano en sus instalaciones.

La relación de las empresas asistentes es la siguiente, así como las personas de contacto para que algún socio pueda hacerlo si así lo desea. También pueden fabricar maquinaria a medida, aunque no sea para productos lácteos

Maquinas para todo tipo de envasado al vacío.
Maquinaria para industria alimentaria
Pasaje del Virrey, 21.
29738 Torre de Benagalbón (Malaga).
telf: 952407599 / 645781561

Fabricación a medida de equipos en acero inoxidable para la industria láctea
CAMESELLE, S.L.U.
Cantabria, 1ª Travesía, 11.
36205 VIGO.
telf. 986270928 / 986261449. fax: 986267076
info@comeselle.com www.comeselle.com.

Equipos para industrias lácteas. Elección de acabados de paneles, suelos, desagües. Puntos de agua, suero, almacenaje etc....
INSLAC, S.L.
Polg. Ind. Romica. Apdo. Correos, 176.
02080 ALBACETE.
Tfno. 967254387 Fax: 967254387
inslac@inslac.com.

Soluciones técnicas a medida.
PERINOX, S.A.
Ctra. De San Clemente, Km. 3.
02600-Villarrobledo ALBACETE
telf. 967145914 fax: 967143454
comercial@perinox.com.

Equipos para queserías, Equipos de frío, Papelería etc...
TEPOLAC, S.L.
C/ Villamartín, 3.
41600 Aramar (SEVILLA).
Telf: 955842083. Fax: 955842273
tepolac@yahoo.es

Equipos para queserías.
ARDI, S.L.
Polg. Pagoaldea, Pab. 65. E-
20180 Oiartzun (GUIPUZCOA).
Tef/Fax: 943490714.
ardi-sl@terra.es

Cámaras de Maduración, Cámaras de incubación de yogur.
Saladeros refrigerados. Cerramientos de paneles.
URETXE FRIOYARZUN, S.L.
C/ Olagarai, 1. Pabellón, 12.
20180 Oyarzun (GUIPUZCOA)
Telf. 943491962. Fax: 943490336
urtexe@infonegocio.com.

Concepto integral para la industria láctea. Productos, Equipos y asesoramiento.
LARBUS, S.A.
C/ Lorenzo González
28017 MADRID
Telf: 914083068
armadalarbusarrojo@wanadoo.es

Distribuidores de aditivos alimentarios
TARGET QUIMICA, S.L.
Avda. Suecia, s/nº. Par. 3, 7-8.
30840 Alhama de Murcia (MURCIA).
Telf: 968638400 Fax: 968638149-626610728.
carmelop@targetquimica.com.

Licores El Majuelar Salamanca

Licores El Majuelar
c/ Ricardo de la Cierva, 23 (Pol. Ind. Los Villares de la Reina) 37250 Salamanca
Telf. 923 204 103 / 655 959 177 / 607 300 358
majuelarlicor@terra.es

¿Cuándo y cómo comenzásteis en esto de elaborar licores?

La tradición viene por parte de mi mujer, de sus padres, sus abuelos y sus bisabuelos. Hace muchos años en Aldeadávila de la Ribera se dedicaban fundamentalmente al cultivo de la viña, con lo que obtenían tres productos básicos, uvas, vino y aguardiente. Las uvas más tempranas se vendían para la mesa, y con el resto de la vendimia se hacía el vino. Y como en aquellas había que aprovechar todo de los orujos de ese vino se hacía un aguardiente. Así ha sido durante cincuenta o sesenta años. Y hace una década con mi mujer, heredera de la saga, nos planteamos hacer una empresa ya más en serio y para poder salir al mercado, porque antiguamente se hacía de forma más clandestina. Así que como te digo hace diez años comenzamos a destilar aguardiente de forma artesanal pero ya legalizados, allí en el pueblo, convirtiéndonos en la única fábrica de aguardiente de la comarca, y aún hoy seguimos siéndolo. Allí elaborábamos sólo aguardiente de orujo, pero el mercado nos pedía aumentar los sabores y los productos a elaborar con lo que nos planteamos abrir una pequeña industria de elaboración en Salamanca un poco mayor siguiendo eso si el carácter tradicional y artesanal mantenido hasta ese momento.

¿Qué productos fabricáis?

Pues actualmente elaboramos una amplia línea de licores: Aguardiente de orujo, aguardiente de hierbas, Licor de café, Licor de miel, Licor de guindas, licor de manzana y licor de melocotón, más dos tipos de cremas, de orujo y de bellota.

Es una familia de productos amplia y ya estabilizada aun-

que siempre hay hueco para que crezca, en las cremas por ejemplo.

¿Dónde está el toque artesano de este producto?

Fundamentalmente está en el uso de las materias primas que utilizamos para elaborarlos. Por ejemplo, si comparas un licor de hierbas nuestro que está macerado con hierbas de verdad, tomillo, romero... con los licores de hierbas del mercado de carácter industrial verás que en el nuestro detectas los olores y sabores de cada una de ellas mientras que será difícil que eso te pase en el industrial donde casi todos saben básicamente igual. Y lo mismo sucede con el de café o el de limón... al ser naturales tienen los aromas propios de las materias primas, te sabrán diferente pero recuperamos los sabores auténticos.

¿Se nota la diferencia de cara al mercado en poner en tu etiqueta "producto artesano", lo percibe el consumidor?

Si, lo valora y lo agradece. Es un producto que en el orden de consumo en una mesa en un restaurante por ejemplo, es el último por orden de servicio, y hay gente que ya se convence de que la comida debe acabar con un buen licor, aunque es cierto que hay también gente que busca sobre todo el precio y no le da demasiada importancia a este producto. Pero afortunadamente es un producto que cada vez se valora más.

Este es un mercado complicado por los acontecimientos que ha vivido y vive en los últimos tiem-

pos. Campañas de tráfico, campañas antialcohol, etc. ¿Cómo se ha traducido todo esto al mercado?

Es cierto. Eso nos ha obligado a replantearnos el aspecto comercial de la empresa. Estamos viviendo como dices una época y unas campañas que no son favorables en nada y eso ha reducido el consumo y las ventas sobre todo en la hostelería. Pero por el lado positivo, otro tipo de leyes que han aparecido como la ley antitabaco nos han abierto otras puertas, sobre todo como regalos, regalos para bodas, comuniones, regalos de empresa, donde los licores son muy apreciados y demandados con lo que nos hemos conseguido hacer un hueco en ese mercado.

Además hemos potenciado mucho la presencia física de los productos en ferias de alimentación, tanto grandes como las más pequeñas y cercanas al consumidor. No sólo de venta directa sino también de promoción y negocio.

Hablando de la distribución, ¿cuál es vuestro mejor canal, preferís el pequeño comercio la gran distribución de bebidas...?

No, nosotros buscamos mejor el pequeño cliente, la pequeña tienda. Es cierto que es interesante alguna gran superficie pero más por la promoción y publicidad de tu imagen que como reflejo final en la facturación, pero indirectamente abre puertas cuando visitas a otros, parecen más receptivos si lo han visto también en esos grandes centros.

Desde tu punto de vista y vuestra experiencia, ¿cuáles son los retos como artesanos que hay que abordar en un corto y medio plazo?

Yo creo que hay que insistir y apoyar la plataforma comercial que se ha creado entre bastantes artesanos de Castilla y León. Tomarlo muy en serio porque debe convertirse en una herramienta de presente y de futuro casi vital para nosotros, sin abandonar los

canales individuales que cada uno tenga abiertos, sino ampliándolos. Será una gran forma de rentabilizar medios, costes, etc. Tenemos puestas muchas esperanzas en este proyecto para estar en el mercado con fuerza y con representación. No es lo mismo ir al mercado sólo que en un grupo con más de cien empresas de carácter artesanal y tocando todos los sectores.

Involucremos ahora a la administración, ¿qué se les debe pedir a ellos?

Hombre, ahora mismo hay que reconocer que ahora mismo y gracias a los grandes apoyos que estamos recibiendo de la Junta de Castilla y León la pelota está un poco más en nuestro tejado. Debemos ser capaces de organizarnos como empresarios, de funcionar como equipo. Piensa que la mayoría de nuestras industrias están acostumbradas a trabajar de ellos sólo, cada uno por su cuenta sin mentalidad de equipo empresarial. Hay que desarrollar más esa mentalidad empresarial y de equipo, entre otras cosas porque será más fácil que las instituciones de carácter regional o más local apoyen este tipo de industrias, que somos quienes estamos creando algo de empleo y fijando población en el medio rural y en los municipios y además dando salida a todo lo bueno que tenemos en la Región.

Hemos hablado de vender. ¿Hasta dónde llegan los licores del Majuelar?

Pues prácticamente a toda España. Aunque la mayor parte de clientes están aquí en Salamanca vendemos licores a Valladolid, a Ávila,... tenemos clientes repartidos por todos sitios en Madrid, en Barcelona... Ahora además con los regalos de boda o celebraciones recibimos pedidos de todos los sitios, de Logroño me acaban de hacer un pedido... desde todos los sitios de España.



NUESTRA MATERIA PRIMA ES
ÚNICA



Saludable

NUESTRA FORMA DE PRODUCCIÓN,
EQUILIBRADA



Sostenible

EL RESULTADO...
INMEJORABLE



Selecto

Productos de **Castilla y León**



CASTILLA Y LEÓN ES SABOR


Junta de
Castilla y León