

# la VOZ artesana



nº9 Enero 2009



## Charlamos con el Presidente Regional

Inscripción en el Registro Artesano:  
Urgente

Estudio sobre competitividad de la CVE

Cynara, un queso de los Arribes, nuestro  
artesano del mes

Boletín informativo de los artesanos de Castilla y León

Edita: Asociación de Artesanos Alimentarios de Castilla y León - c/ Rondas, 38 47194 Fuensaldaña, Valladolid  
Redacción y Maquetación: Miguel Castañeda, Gemma de la Rosa - Imagen y fotografía: Gemma de la Rosa, Miguel Castañeda y archivo artesanos  
Contacto dirección: artacyl@terra.es / redacción: soporte@pentarea.com

## La situación del sector en Castilla y León a estudio

La empresa JGM Consultores está realizando estos días diversos análisis y encuestas de campo que forman parte del Estudio sobre la Empresa Artesana Alimentaria en Castilla y León que se está desarrollando auspiciado desde esta Asociación y para el que estamos contando con la colaboración del

Servicio Público de Empleo de la Consejería de Economía. Este estudio realizará un análisis profundo de la situación económica y empresarial real que está atravesando el sector. Debe detectar además las posibles carencias y necesidades formativas que existen tanto en los empresarios

como en el personal que trabaja en estas industrias. Estos datos servirán para estudiar, analizar, desarrollar e implantar acciones y planes de formación lo más ajustados a la realidad social que se vive en las empresas así como a plantear las estrategias adecuadas para favorecer el mejor crecimiento posible, supone una herramienta muy eficaz para tomar el pulso de forma cercana y lo menos sesgada posible a la complicada situación a la que nos enfrentamos en el mercado.

Con este estudio queremos, en definitiva, impulsar el sector artesano como sector estratégico en las zonas rurales y en la economía regional en general.

Hay que decir que la realización de este estudio y el acceso al informe final así como a los datos que de él se deriven no supondrán coste económico alguno para los artesanos asociados.

Es de agradecer la atención que se viene prestando a los consultores por parte de los artesanos para la realización del estudio.



## Más referencias para El Corte Inglés

Y siguen las buenas noticias en torno a la venta y distribución de nuestros productos. No sólo son cada vez más aceptados por el público sino que la penetración en los grandes centros de distribución va en progresivo aumento.

Los clientes de El Corte Inglés han brindado una gran acogida a nuestros productos, lo que ha motivado que

desde la dirección de los centros se haya solicitado a la Asociación y a la Plataforma Comercial el incremento de las referencias ofrecidas en los lineales de sus supermercados. Los bollos, las pastas y los productos de obrador han sido los mayores beneficiados en esta incorporación al centro comercial, que se irá produciendo en los próximos días.

Cabe reseñar también que en este inicio del año 2009, una vez superadas las fiestas navideñas, se han retomado las negociaciones y asuntos que estaban aún pendientes de resolver con la Consejería de Agricultura del Gobierno Regional. Temas todos ellos que han de encontrar resolución en los próximos meses y sobre los que iremos informando.



**TIENES MUCHO QUE DECIR,  
TIENES MUCHO QUE CONTAR,  
AHORA YA NO TIENES EXCUSA.  
ESTA REVISTA ES TUYA,  
TE ESTAMOS ESPERANDO**

Envía tus artículos, comentarios y opiniones para que sean publicados a [soporte@pentarea.com](mailto:soporte@pentarea.com)

## Novedades en la sede de Artesanos

La nueva sede de la Asociación en Fuensaldaña, Valladolid sigue acercándose a su “puesta de largo” definitiva. Paso a paso se van incorporando los equipamientos e infraestructuras que nos permitan disfrutar en un futuro cada vez más cercano de una sede no sólo adecuada a las exigencias y necesidades de la Asociación, sino también adaptada al entorno comercial y empresarial actual.

En esta línea quedará instalado a lo largo de este mes de enero un completo equipo audiovisual compuesto por una pantalla de proyección, un equipo de audio y un retroproyector, convertirá a la sala de reuniones en una dotación multifuncional apta para exposiciones, cursos, etc.

Además se están ultimando los presupuestos para la tienda-exposición que se instalará próximamente y que se espera esté finalizada en los primeros días del mes de marzo.

En esas fechas esperamos presentar la nueva web de la Asociación que se está preparando y de la que ya hemos avanzado algunos aspectos en revistas anteriores. El trabajo en este aspecto se ha centrado en proveer de una herramienta eficaz tanto para la



propia Asociación como para el artesano individual en el intercambio de información, así como una fórmula lo más atractiva y efectiva posible de promoción con el mercado y público. Para la construcción de la nueva web se va a necesitar una pequeña colaboración de todos los miembros de la Asociación, de forma que la información expuesta en el site sea lo más completa posible. Se está procediendo a enviar una carta con solicitando la colaboración de todos para aportar varias fotografías de los productos a incluir en la web.

Esta nueva página enlazará tanto con el nombre actual [asacyl.com](http://asacyl.com), como con dos nuevos dominios que se han adquirido: [artesanoscyl.com](http://artesanoscyl.com) y [artesanoscyl.es](http://artesanoscyl.es), dominios que servirán para proveer de una dirección de correo electrónico a cada uno de los artesanos miembros, de tal forma cada uno de vosotros dispondrá en breve de una dirección de email [nombre-del-artesano@artesanoscyl.es](mailto:nombre-del-artesano@artesanoscyl.es), de forma que incluso en las relaciones que se tengan vía telemática comience a quedar patente y a “venderse” la marca “artesanos”.

## Premio de Belenes en Salamanca para el artesano Ever Macías

Además de un excelente dominador del obrador, nuestro compañero Ever Macías ha resultado un magnífico belenista a juzgar por el galardón recibido en la décima edición del Concurso de Belenes “Vía de la Plata”, celebrado estas pasadas navidades en la localidad salmantina de Fuenterroble de Salvatierra orga-



nizado por la asociación ACASAN, (Asociación de Amigos del Camino de Santiago, Vía de la Plata).

En total han sido cerca de 40 localidades las participantes en esta edición del concurso belenístico y sobre las que han tenido que decidir los dos jurados que califican el certamen. El popular, formado por cerca de doscientas personas y otro integrado por expertos que determinaron los ganadores de este concurso que cuenta ya con diez años de vida. Ever Macías se alzó con el primer premio en la categoría de consolidación, con su belén montado en Villares de la Reina. El premio Revelación recayó en Sanchotello, el de Belén



Artisano fue para Sorihuela y el de la Tradición para los Padres Reparadores de Alba de Tormes.

Acasan ya está trabajando para establecer una ruta ‘belenística’ a fin de ofrecer más información a los visitantes en futuras ediciones del concurso.

## ¡Por fin en Madrid se habla de queso!

Por Tope de Gama.

El lunes 12 de enero el prestigioso cocinero Santi Santamaría, presentó en el Hotel Hesperia de la capital, donde regenta el famoso restaurante Sant Celoni, una mesa con 301 variedades de quesos de todo el mundo, de los cuales 107 eran españoles.

La impresionante mesa fue obra como no podía ser de otra manera, de la tienda especializada PONCELET, o como a Yolanda y Jesús les gusta decir, Punto Selecto PONCELET.

El acto culminó con una cena presidida por el gran Chef que se hizo acompañar por un nutrido grupo de gastrónomos, críticos y periodistas entre los que destacaban José Ribagorda, responsable de los informativos de Telecinco fin de semana, Cristiano Álvarez, más conocido en el mundo gastronómico como Caius Apicius, o Lorenzo Díaz, colaborador de La Alacena de Carlos Herrera.

Además entre los invitados se encontraban los responsables de Poncelet y de Quesería artesanal de Mucientes, como representa-

ción del queso Artesano de Castilla y León y cuyo queso formaba parte de la imponente mesa.

Este importante paso tiene una repercusión mayor de lo que pensamos, ya que lo importante es que se hable de queso, sea quien sea, y si son de Castilla y León mejor que mejor. Para eso los queseros deben estar preparados. Hay que empezar a buscar la cultura del queso, para dar a conocer toda la variedad de quesos que se elaboran en Castilla y León. Es necesario estar unidos, hacer fichas de cata, catalogarlos, saber comentarlos, transmitir sensaciones, catas comentadas, presentaciones, fichajes mediáticos y sobre todo un compromiso claro de la administración. Señores responsables, no caigamos en lo de siempre, no demos palos de ciego, déjense aconsejar por profesionales, marquemos un camino claro, un camino de consenso entre todas las partes. El compromiso de los elaboradores va a ser total, ya que va el futuro en ello. Queso Castellano.... YA LO SIENTO.



## La Asociación de Artesanos entrega la Cesta de Navidad de Eroski



Por segundo año consecutivo la Asociación de Artesanos Alimentarios de Castilla y León y el Hipermercado Eroski del Centro Comercial Vallsur de Valladolid sortearon una cesta de navidad con el sorteo de la Lotería de Navidad del 22 de diciembre. Son 85.000 las papeletas que se reparten los días previos con cada compra en el citado centro comercial para que sólo una recoja la fortuna de llevarse el premio. La familia ganadora recogió su cesta el 23 de diciembre pasado de manos del Presidente de los Artesanos, Foro San José, en presencia del personal del centro comercial.

De nuevo en esta edición agotaron las papeletas disponibles antes del día del sorteo, papeletas que se convierten en soportes publicitarios y promocionales de los productos artesanos, en auténticos mensajes directos a los consumidores, ya que se entregan rotulados con su imagen y la de la Asociación, y permanecen durante un mes aproximadamente en esos 85.000 hogares de los clientes. Para completar la acción promocional, la cesta sorteada permanece expuesta al numeroso público que desfila por el centro comercial durante el mes que comprende la campaña navideña.

La enorme satisfacción y repercusión que ha reportado esta acción durante los dos años en que se ha puesto en marcha ha hecho plantear a la Asociación ampliarla en los años venideros a otros centros comerciales de la Comunidad.

## Navidad castellanoleonesa en Afganistán



Como ya informábamos en el número de diciembre, una partida de productos artesanos de la Comunidad habían sido donados para que los soldados pertenecientes al contingente español destinado en el país asiático disfrutara y celebrara las fiestas navideñas, si no acompañados de los suyos, al menos con el sabor de la tierra muy cercano. La intención última, como nos narra el Sargento 1º Jesús Ignacio San José "era despedir el año 2008 con una degustación de los productos y caldos de la tierra". A la cena celebrada el 30 de diciembre, como se puede ver en las imágenes, asistieron una treintena larga de soldados originarios de todas las provincias de la región. Presidiendo el emotivo y distendido acto se encontraban el Coronel Ortega jefe del destacamento de la

FSB de Herat, también el segundo jefe Teniente coronel Roig (de León) y los jefes de los destacamentos Mizar (Teniente coronel Alvaro) y RCW (Teniente coronel Vela).

Resulta reconfortante sin duda saber que los chorizos, quesos, lomos, salchichones, cecinas, piñones, pimientos, dulces y demás viandas enviadas por la Asociación de Artesanos y los vinos de Fariña hayan servido para llevar el mejor sabor de casa y de Castilla y León hasta tan lejos, donde tanto se



agradece, especialmente en momentos como los de las fiestas navideñas.



## Más cestas navideñas, esta vez en Punto Radio

A la cesta entregada mediante el convenio con el hipermercado Eroski de Valladolid, estas navidades tenemos que sumar la promoción realizada dentro del programa Protagonistas Valladolid de Punto Radio en el mes de diciembre. A lo largo de ese mes y hasta el día de la lotería, el 22 de diciembre, una cesta con productos artesanos era perseguida por los oyentes quienes debían averiguar antes del sorteo, cuál iba a ser el número premiado con el gordo de este año.

Al no haber acertado con el número exacto ninguno de los participantes el premio recayó en quien más se aproximó a ese 32365 que fue María Alonso quien días después era obsequiada con su premio.

La mención tanto a los productos como a los artesanos en si fue intensa durante los días de la campaña puesto que cada día del mes de diciembre hasta la celebración del sorteo se patrocinaba el espacio en el que tres oyentes vaticinaban su pronóstico.



Miguel Castañeda Conductor de Protagonistas Valladolid

## “Hay empresas potencialmente capaces de crecer que no lo hacen por miedo y porque limitan su crecimiento a su capacidad de producción, les falta iniciativa empresarial”

Pocos conocimientos de gestión de empresas y escasa presencia de personal cualificado, empleados que cobran menos que la media nacional y casi nula creación de nuevos empleos. Las empresas vallisoletanas del sector agroalimentario no están preparadas para competir en un mercado cada vez más globalizado. Esta es la conclusión final que se desprende del estudio sobre competitividad publicado por la Confederación Vallisoletana de Empresarios, financiado por Caja España y elaborado por varios profesores de la Escuela de Empresariales de Valladolid. Aunque los datos manejados por este equipo también tienen una cara amable, al menos esperanzadora, ya que el 39% de los trabajadores que emplea el sector en Valladolid son menores de 35 años y el 82% de los contratos son indefinidos. Y lo más importante: fabricamos buenos productos.

Aunque este estudio está centrado en empresas vallisoletanas, es una caricatura perfecta de la situación del sector a nivel regional, y sus conclusiones podrían extrapolarse a toda Castilla y León. Así lo cree el responsable de este trabajo, director además de la Escuela de Empresariales de Valladolid, José Antonio Salvador Insúa.

Una vez más llegamos a la misma conclusión: fabricamos bien, pero pinchamos en la comercialización y en la promoción. No sabemos aplicar las herramientas que nos da el marketing. Llevamos pinchando muchos años. En Valladolid en particular y en Castilla y León en general sabemos hacer muy buenos productos, pero tenemos el problema de siempre, no sabemos vender ni comercializar, tenemos problemas de gestión, que están muy relacionados, porque si mejoramos la gestión probablemente mejoraremos la comercialización. Creo que falta cualificación, sobre todo en las pequeñas empresas, porque les faltan medios.

**Este estudio que usted ha dirigido lo evidencia. Es cierto que falta cualificación y conocimientos de gestión de empresa. ¿Hablamos de falta de interés, falta de formación adaptada a estos empresarios, falta de tiempo?**

Hay muchos empresarios que conocen su negocio porque llevan años en él, lo han heredado en algunos casos y por lo tanto lo han visto siempre, pero quizá por falta de tiempo -casi no lo tienen ni para descansar-, y de personal - el 40 % de las empresas de este sector tienen menos de 10 trabajadores-, no pueden levantar la cabeza, ver lo que pueden mejorar y mejorarlo. Les falta tiempo para formarse, y sí que les haría falta más formación, especialmente en gestión de empresas, organización de éstas y canales de distribución. En muchos casos hay una

evidente falta de conocimientos, no conocen la competencia, ni cómo hay que distribuir el trabajo, que hay que imputar el salario propio para conocer realmente los beneficios que estamos obteniendo, lo importante que es un vendedor, lo importante que es la publicidad, que no es un gasto si no una inversión...aquí tenemos mucho trabajo por delante.

**El dato que más le ha llamado la atención, el que más le ha sorprendido por inesperado...**

**Que algunos empresarios no saben cuánto les cuesta producir. Y entonces yo les pregunto... ¿y cómo sabes a cuánto tienes que vender?**

Nos encontramos con datos demoledores, como que solo un tercio de las 210 empresas estudiadas - la mitad de las existentes- generaron empleo entre los años 2005 y 2007, una época de vacas gordas.

Efectivamente es un dato preocupante que en un momento de auge económico, de un crecimiento de la demanda como no conocíamos que solo un tercio de las empresas creen empleo significa que los otros dos tercios tienen problemas, generalmente las más pequeñas. Y creo que esto a veces se debe al miedo a crecer, esto asusta, supone incrementar la plantilla y esto da miedo, prefieren quedarse como están y avanzar. Es un problema para la economía y además es una pena, porque hay empresas potencialmente capaces de crecer que no lo hacen. Limitan su crecimiento a su capacidad de producción. Falta iniciativa empresarial.

**Los empresarios les han hecho llegar sus problemas. Los tienen en cuanto a la financiación y con los trámites administrativos. ¿A quién le damos el tirón de orejas?**

España es uno de los países de Europa donde más tiempo y esfuerzo cuesta crear una empresa, por las múltiples administraciones que tenemos. Aunque vayas a la ventanilla única verás que no lo haces en un día. Y la administración debería cuidar esto, porque en esta etapa de dificultades necesitamos que se creen empresas, y ahora mismo esa facilidad no existe. En cuanto a la financiación también entiendo su problema, acuden a financiación ajena y la financiación ajena no es barata. Por eso hay muchas empresas que no quieren expansión, por no tener créditos, porque te obligan a tener una producción que si no tienes te lleva a un problema. Probablemente no tienen un buen plan de empresa. La administración si debería cambiar las cosas, algo hace mal porque no está siendo eficaz, y debería también entender que los empresarios, sobre todo los pequeños y medianos, son muy importantes.

**Pues para empezar no sabe a ciencia cierta cuántos son, porque tal y como denuncian ustedes en su estudio según la Junta de Castilla y León hay 1024 empresas clasificadas en este sector y sin embargo en el registro de la Seguridad Social solamente figuran 423.**

Cuando lo vi me alarmé. Creo que el problema es que es difícil definir lo que es una empresa agroalimentaria y probablemente Junta y Seguridad Social utilicen diferentes definiciones. Y también puede ser que en la Seguridad Social todo el mundo se da de baja porque si no tienes que seguir pagando. Nosotros hemos utilizado los datos de la Tesorería, creemos que por esta última razón son más fiables. Pero es urgente hacer un censo en condiciones.

**Ya en las primeras páginas del estudio nos hacen partícipes de las dificultades a las que han tenido que hacer frente para publicarlo**

Hacer este estudio nos ha llevado desde abril hasta noviembre de 2008 y nos ha costado mucho por la variedad del sector. Hay empresas desde 1 empleado hasta cientos, con facturaciones dispares, en fin, es un sector totalmente heterogéneo. Esta variedad es la que nos ha impedido hacer un análisis DAFO-debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de una empresa-, porque las realidades de unas empresas no son las de otras. Además hay empresas que han colaborado muy gustosamente, pero hay otras que no han querido por unas razones u otras. De 423 hemos encuestado a 210, y el mínimo requerido para que el estudio fuera significativo desde el punto de vista estadístico era de 195 empresas, o sea que es una buena muestra.

**Denos una alegría y díganos -como director de la Escuela de Empresariales de Valladolid- si hay**

**alguna empresa entre estas estudiadas que pudiera ser un modelo de excelencia a estudiar en la Universidad.**

Si, los hay, sobre todo entre las grandes. Encontrar ese modelo entre las microempresas es más difícil. Por citar algún sector diré que podemos encontrarlos en el del vino y alguno en el sector quesero. Las grandes empresas y algunas pymes hacen muy bien las cosas, tienen problemas, pero son los derivados de la competencia general del sector, pero se mueven muy bien y comercializan fuera muy bien.

**¿Qué camino les queda entonces a las empresas artesanas, microempresas en su mayoría, y que encima elaboran de forma tradicional?**

Colaborar es esencial, las asociaciones de empresarios desempeñan aquí un papel fundamental, para formación, para eventos, para buscar canales de distribución conjuntos. Las empresas artesanas tienen los mejores productos del mercado. Lo que pasa es que a muchas de estas empresas les falta personal capacitado para comercializar, tienen costes demasiado elevados -probablemente podrían conseguir materia prima a mejor precio si lo hicieran juntos-, les falta cuidar más la imagen de marca y lo ideal sería hacer un producto con una marca conjunta para el exterior, con unos criterios de calidad conjuntos. Conseguirían distribuidores y podrían hacer frente a la petición de estos en cuanto a la productividad. Y hay que utilizar las ferias y mercados como los sitios donde hay que mostrar los productos, no solamente para venderlos, si no fundamentalmente para enseñarlos y darlos a conocer.

**Los artesanos alimentarios ya están agrupados, y luego existen varios grupos en torno a las IPG, las denominaciones de origen, los Consejos Reguladores...Entonces, ¿qué hacemos mal?**

Se puede hacer más. Y sí, las IPG y los Consejos Reguladores están muy bien, pero te pregunto, ¿Cola Cao tiene IPG? No. Y fabrica ella misma y vende en todo el mundo. Está bien valorizar el producto pero tampoco es la única vía para venderlo y sacarlo adelante.

**Después de analizar el presente... ¿tenemos futuro?**

El futuro hay que hacerlo. Puede ser bueno o malo, pero siempre dependerá de lo que tú hagas. Creo en la gente y en que si hay un producto bueno, lo demás es aprender, hay que esforzarse porque se puede conseguir, ahora bien, hay que hacerlo antes de que el producto desaparezca. Tenemos un queso excelente, por ejemplo, y por qué en los restaurantes de Castilla y León no pueden ofrecer una degustación de quesos antes de cada comida para dar a conocer los productos de la tierra, como se hace, por ejemplo, en Portugal. Vamos a llegar a acuerdos para dar a conocer lo que tenemos, aquí y en Sevilla.



Entrevista con el Presidente del Gobierno Regional Juan Vicente Herrera

# “Castilla y León, referente de la agroalimentación en España”

**2008 ha sido un año complicado por la situación económica que ha coincidido con el impulso que desde el gobierno regional se ha querido dar a la agroalimentación mediante el Plan de Promoción y Comercialización promovido por la Consejería de Agricultura. ¿Le ha afectado en algo esa coyuntura económica general, nueve meses después de su puesta en marcha?**

Es evidente que el sector agrario de Castilla y León nota los efectos de la dura crisis económica que atraviesa la economía española. Sus consecuencias se dejan sentir entre nosotros, y difícilmente podemos resultar ajenos a la situación general de disminución del consumo, de dificultades de financiación de los proyectos empresariales y de pérdida de confianza en una rápida salida de esta complicada situación. Castilla y León es cierto que resiste mejor en muchos aspectos la crisis económica, pero la sufre igualmente. No debemos olvidarlo, y esta idea de respuesta comprometida a una situación que, insisto, es complicada inspira las medidas aprobadas por la Junta de Castilla y León ya

desde el pasado mes de mayo para hacerla frente, y que se han visto reforzadas con las medidas adoptadas el ocho de enero de este año.

En todo caso, me interesa recordar que el sector agrario de la Comunidad no es, por fortuna, una isla en nuestra realidad económica. El sector agrario encara las mismas dificultades que el resto de nuestra economía, pero, también, comparte los mismos retos de competitividad y modernización de sus estructuras que están en la base de los grandes cambios que ha experimentado nuestra economía, y nuestro sector agrario, en los últimos años, aunque ahora sabemos que no atravesamos un buen momento.

Por eso, creemos que es preciso insistir en los proyectos que modernizan Castilla y León, en los proyectos que aportan las ideas de competitividad empresarial y mejora de la calidad de las producciones. En nuestra industria, en nuestro sector servicios y, desde luego, en nuestra agricultura y en nuestra ganadería. A esta forma de pensar creo que responde precisamente iniciativas como el Plan de

Promoción y Comercialización del sector agroalimentario al que hacía referencia.

El horizonte del año 2011 nos marca un camino muy claro de apuesta por las políticas de calidad, por las incorporaciones de la innovación tecnológica, la internacionalización de nuestros productos, por la mejora de su comercialización y por una gestión logística y de nuestra imagen de marca potente. Este es el camino que muchísimos agricultores y ganaderos de la Comunidad se han marcado. Y este es el camino en que vamos a trabajar con y sin crisis.

**Se ha visto un gobierno regional muy comprometido con el sector a lo largo de este año: el mencionado Plan de Promoción, el impulso al enoturismo, la Cúpula del Duero, regulación de la artesanía alimentaria,... Para un sector que factura 8.000 millones de euros al año y que representa el 25% de la industria Castellano y Leonesa ¿supone el reconocimiento definitivo de su importancia por la administración regional?**

Siempre hemos estado comprometidos con el campo de Castilla y León. Siempre hemos reconocido el gran valor y el enorme potencial que tiene el sector agrario y agroalimentario de la Comunidad. Creo que es nuestra obligación defenderlo y creo que las posibilidades de futuro que ofrece es el resultado de un buen trabajo que viene de largo y en el que, junto a la Administración de la Comunidad, se han esforzado los profesionales del sector, sus organizaciones representativas, el mundo del cooperativismo y de la producción artesana y, desde luego, todo el sector de la transformación y comercialización.

Las cifras que apuntaba confirman la importancia cuantitativa del sector entre nosotros. Es indudable. Pero, es que además, y en ello debemos insistir, el sector tiene ante sí una ambiciosa agenda de trabajo en este año 2009.

No sólo desarrollando las iniciativas en marcha como es el caso del Plan de Promoción, sino completando, desde la negociación con las organizaciones agrarias, la financiación y los objetivos de una política agraria que queremos compartir con la aprobación del Plan Integral Agrario para el Desarrollo Rural de Castilla y León, en el que se resumirá nuestras prioridades compartidas sobre cómo creemos que debemos trabajar. Lo que supone un gran esfuerzo de financiación con más de 4.000 millones de euros hasta 2013 de los que gran parte derivan de los Presupuestos de la Comunidad. Y en él nos fijamos retos muy claros, y cuantificables, para el sector. Retos respecto a aspectos como la modernización de explotaciones, la inversión en la creación o mejora de regadíos, la formación de los profesionales y su rejuvenecimiento, la inversión en la industria agroalimentaria, el apoyo al cooperativismo o la innovación tecnológica, entre otros.

**Ya que estamos hablando de medidas**

**emprendidas, ¿cómo se pueden hacer efectivas y aplicables tanto a la gran empresa, a la gran industria como al pequeño y mediano artesano del ámbito rural?**

Creo que todos compartimos la convicción de que el futuro de nuestras producciones y, en consecuencia, del medio rural de Castilla y León está en producir más, de un modo más eficiente y con más calidad. Esa es la mejor garantía de futuro. Ofrecer buenos productos, garantizar máxima calidad. Pero, también, queremos y compartimos la idea de que esas producciones de calidad se transformen aquí, entre nosotros. Queremos que creen proyectos empresariales y empleo entre nosotros, y en el medio rural, y que se comercialicen, dentro o fuera de nuestras fronteras, de acuerdo con criterios y rentabilidad claramente regionales.

Parece lógico hacerlo, aún sabiendo que las medidas de apoyo a la puesta en marcha de estos proyectos de nuestra industria agroalimentaria no pueden obviamente ser las mismas para una gran factoría que para los pequeños productores artesanales de Castilla y León. El objetivo de ganar valor añadido para nuestras producciones es común a unos y otros, la forma de encararlo debe ser distinta. Es en la pequeña y mediana empresa rural donde debemos hacer un mayor esfuerzo de apoyo para ganar competitividad. Su tamaño garantiza una oferta de máxima calidad y verdaderamente singular, pero su tamaño también es cierto que puede restar capacidad de promoción y comercialización, de renovación tecnológica y de presencia externa e imagen pública. Por ello, es preciso ganar competitividad con rigurosas políticas de calidad y de seguridad alimentaria en las producciones, con una cobertura de promoción comercial, de presencia exterior y de gestión logística que facilite dar a conocer sus productos y ponerlos en otros mercados, con una apuesta clara por la incorporación de la innovación tecnológica a la escala empresarial que ellos necesitan. Este es el camino que estamos recorriendo.

**¿Se mira en algún espejo la agroalimentación de Castilla y León? ¿Qué referentes les gustaría que se tuvieran en este sector?**

En Castilla y León siempre estamos dispuestos a aprender. En Castilla y León estamos muy atentos a lo que se hace fuera y a cuales son las tendencias de consumo que se imponen para estructurar nuestra oferta de un modo competitivo, pero, también, es cierto que Castilla y León es ya por sí misma y en este momento un referente en el sector de la agroalimentación en España y fuera de España.

Nos hemos ganado un sólido prestigio en el mercado español y estamos apostando claramente por la internacionalización de nuestras producciones. En nuestras presencias en las ferias nacionales e internacionales estamos trabajando por una cuidada imagen de marca de los productos de Castilla y León.

La relativamente reciente experiencia en sectores ya muy asentados y de gran prestigio como el vitivinícola, los embutidos o la producción quesera demuestra que es perfectamente posible competir con producciones tradicionales pero muy cuidadas. Y, sobre todo, está marcando el camino de otros sectores con una gran proyección de futuro. Sectores también muy tradicionales, pero más desconocidos. Estamos asistiendo al lanzamiento de las producciones micológicas, de la agricultura ecológica o de la horticultura. Siempre han estado ahí, pero ahora quieren tener un nuevo enfoque, quieren producir de otro modo, quieren ganar nuevos mercados.

Sin embargo, no es posible sin, insisto en ello, apostar por la calidad. La política de reconocimiento de figuras de calidad, con el esfuerzo de rigor que supone para nuestros agricultores y ganaderos, es imprescindible para conseguirlo. Nuestra Comunidad, la que más figuras de calidad tiene en España, acredita la máxima garantía de nuestros

recaltar que hablamos de políticas y de prioridades a largo plazo, y por eso queremos que cuenten con el concurso y el acuerdo del sector. No hablamos de medidas a corto plazo, sino de constancia en el camino que nos hemos marcado.

**“Castilla y León es sabor”, esa es la imagen que quieren aplicarle a los productos de la Comunidad. Y es otra de las asignaturas pendientes de nuestros productos, mejorar aspectos de marketing y mercado, asunto complicado para muchos pequeños productores y artesanos, ¿cómo se pueden gestionar y conciliar soluciones al respecto?**

Estoy completamente de acuerdo en que la promoción de nuestros productos y los canales de distribución y comercialización son vitales para los pequeños y medianos empresarios agrarios. Y por eso, la idea “Castilla y León es sabor”, como parte de un proyecto más amplio como es la “Marca Castilla y León”, busca consolidar la imagen de excelencia de



principales productos agroalimentarios y pone el listón muy alto para el resto.

**¿Qué hace falta en su opinión para subir los dos peldaños que tenemos por delante en la industria alimentaria de calidad española, que son Cataluña y Andalucía?**

Sin duda, Castilla y León también es un referente para ellas en el sector agroalimentario y creo que así se percibe públicamente. Desde luego, cuando asisto a las diferentes convocatorias de la Feria Agroalimentaria de Barcelona acompañando a nuestras empresas creo que presentamos una Castilla y León verdaderamente líder, con mucho empuje, con una oferta muy atractiva, muy metida en los puestos de cabeza de esa carrera. Ya estamos en el podium y veremos si podemos dar algún salto más...

En todo caso, y si se trata de hacer carreras, lo nuestro es la carrera de fondo. Creo que es preciso

nuestros productos de calidad.

Y creo sinceramente que lo estamos consiguiendo. Contamos, es cierto, con productos que se podría decir que “se venden solos”, pero, sobre todo, contamos con la fuerte apuesta de nuestros pequeños y medianos empresarios por la calidad, por la garantía sanitaria y por el mantenimiento de unas señas de identidad propias que hacen reconocibles nuestros productos allá donde llegan. Sin embargo, qué duda cabe, todavía nos queda camino por recorrer. Ahí es donde encaja el reciente Plan de Promoción de nuestro sector agroalimentario.

**No hay feria, concurso o certamen de cualquier clase, ya sea en España o a nivel internacional donde no destaque o se premie a algún producto con origen castellanoleonés. El reto para todos ellos es saber “vender” esos éxitos...**

Exacto. Pero yo estoy convencido de que estamos en

el buen camino. Actualmente los productos agroalimentarios de Castilla y León triunfan en muchos certámenes porque se conocen cada vez más en los circuitos profesionales y en el consumo doméstico. Y triunfan también porque cada vez más es posible adquirirlo en muchas partes del mundo. Hemos accedido a nuevos mercados y esa es nuestra prioridad. Los datos evidencian un gran potencial exportador en el que debemos seguir trabajando. A veces las preguntas más evidentes son las más elocuentes. ¿Quién les iba a decir no hace tanto a los productores de la provincia salmantina que sus jamones iban a cruzar el charco y a hacer las delicias de los estadounidenses?

**Hagamos la pregunta al revés. Ud. ha salido en varias ocasiones al extranjero para, entre otras cosas, ayudar a la exportación de nuestros productos. Objetivo, duplicar la cifra de exportación. ¿Qué busca encontrar el comprador foráneo en un producto para comprarlo?**

tradición gastronómica que tanto nos define.

**Cambiamos de tercio. Otro asunto importante dentro de la comunidad pasa por el ámbito rural, por la necesidad de mejorar y hacer más atractivos nuestros pueblos, fijar población, especialmente joven y crear oportunidades. Para eso son imprescindibles empleo y buenas comunicaciones...**

El Desarrollo Rural es, desde luego, una de nuestras grandes prioridades políticas y lo es aún más en la actual legislatura. Aunque todavía nos queda mucho camino por recorrer y cosas que mejorar, son evidentes los avances que está experimentando el medio rural de Castilla y León en la oferta de servicios que las distintas administraciones prestamos.

La mejora de la oferta de servicios sanitarios y educativos, así como de sus infraestructuras y dotaciones, el transporte interurbano y a la demanda, el transporte escolar y sanitario de emergencia, el



Como ya hemos comentado, nuestros productos agroalimentarios se caracterizan por su alta calidad, su garantía y, en muchos casos, su origen artesano, muy vinculado a una zona o un territorio concreto, algo que sin duda resulta muy apreciado por los consumidores. Nuestros productos tienen el marchamo de la autenticidad. Queremos que a ellos los consumidores asocien la percepción de un producto bien hecho, muy cuidado en su elaboración, con ingredientes naturales, con personalidad propia, ligado a una tierra. Queremos que identifiquen un producto ligado a nuestra tierra, a Castilla y León.

Pero no hay que salir fuera para intentar descubrir que es lo que puede buscar un consumidor para comprar nuestros productos. Aquí mismo, en Castilla y León, estamos promocionando, entre otros modelos, una nueva forma de hacer turismo, como es el turismo gastronómico, que busca atraer al viajero con los valores agroalimentarios y con la

acceso a las nuevas tecnologías y la extensión de la banda ancha a la práctica totalidad de la población, la utilización de nuevas fórmulas para la prestación de servicios de guardería o los esfuerzos que estamos realizando en obras que garanticen el abastecimiento y saneamiento de agua, así como el tratamiento de residuos, son algunos de los aspectos de la vida diaria de los ciudadanos que estamos mejorando y en los que estamos trabajando.

Igualmente, estoy convencido de que podemos mejorar las condiciones para atraer nuevos proyectos empresariales a nuestro medio rural a través de más y mejores infraestructuras de comunicación, mayor disponibilidad de suelo y fórmulas de apoyo a los emprendedores locales. El Desarrollo Rural tiene una agenda política muy importante en este año 2009. En él lanzaremos el proyecto de Ley de Desarrollo Rural como marco jurídico en el que integrar las diferentes políticas de apoyo a nuestro medio rural.

# Registro Artesano: un asunto de urgencia

## **Renovación del decreto de artesanos, Gerardo que hay que hacer a partir de ahora...**

Se tenía que haber hecho ya, tendrían que haberlo hecho ya. La gente se está descuidando, precisamente acabamos de tener una reunión con el Director de Industrias Agroalimentarias y ve que la gente está demasiado tranquila y eso no se puede permitir. El 31 de mayo termina el plazo para todo el mundo y más de uno se puede encontrar en esa fecha con un grave problema.

## **¿Qué implica que alguno de los artesanos no cumpla con los trámites en ese plazo?**

Pues que automáticamente estaría fuera de poder utilizar la marca "artesano", no podrá utilizar ese marchamo. Puede seguir produciendo pero ahora fuera de esa marca de "artesano", y con el nuevo registro y la nueva regulación perdería totalmente esa condición a todos los efectos. Dejaría también de pertenecer a la Asociación de Artesanos, de vender sus productos en la Plataforma Comercial y perdería todos los beneficios que ello conlleve. Nosotros podemos representar exclusivamente a quien tenga el registro de artesanos en regla. El que no lo tenga dejaría de traer su producto a los sitios donde vayamos, no podríamos venderlo, no podría venir a ninguna feria... es serio el tema.

## **¿Qué porcentaje de los miembros de la Asociación puede estar sin actualizar la documentación para renovar e inscribirse en ese nuevo registro artesano?**

Es cierto que está yendo bastante lenta la tramitación de autorizaciones pero nuestros datos nos dicen que la gente se ha confiado mucho y no está presentando toda esa documentación requerida. El propio Director General envió una carta indicando los trámites a realizar con un plazo máximo que expiraba el pasado 30 de noviembre, plazo que ha habido que ampliarlo con una moratoria hasta el 30 de mayo por la cantidad de artesanos que no habían cumplimentado el registro. Aún así, creemos que la gente sigue estando excesivamente confiada, siguen sin realizar ese papeleo y fácilmente en los próximos días reciban una segunda carta del Director General de Industrias Agroalimentarias, indicando la seriedad, la gravedad y la preocupación que en los dirigentes regionales tienen al respecto. Preocupación que desde la Asociación

compartimos porque hay muchos de nuestros asociados que están hoy en día fuera con lo que luego vendrán las prisas, vendrán las carreras y queremos evitar esos sustos de última hora que quizá en algún caso luego no se puedan solucionar.

## **Pero alguno pensará que hasta el 31 de mayo aún quedan cuatro meses...**

Ese es el principal problema, la gente está excesivamente confiada y hay que decirles que el tema es lento y lleva sus trámites y sus plazos. Y el caso es que no es tan complicado si se hace en tiempo y fechas. Tenemos casos que en 20 días han resuelto la documentación y en otros veinte o veinticinco tenían concedida el registro, pero al menos requiere ese plazo. No es tan complicado sobre todo para los que ya lo tenían de atrás, basta con rescatar las memorias que se presentaron en su día y adaptarlas un poco a los tiempos actuales. Hay que presentar estos papeles, y a la semana o diez días ya comienzan las auditorías y las visitas de los técnicos y las consiguientes inspecciones, es decir hay tiempo pero estamos en plazos límite.

## **Hablando de plazos, ¿Cuánto tiempo puede tardarse en completar el registro?**

Desde que comiences a recopilar papeles y documentación no demasiado tiempo. En unos pocos días recopilas la documentación necesaria, la presentas en la delegación provincial de la Consejería de Agricultura. A partir en una semana o diez días realizan una inspección donde ya le indican las deficiencias que tiene si las tuviera.

De todas formas nosotros desde la Asociación estamos brindando el apoyo y la información que cualquiera que vaya a realizar los trámites precise. Estamos con aquellos que tienen algún problema en la tramitación tratando de resolvérselo, así recibimos varias llamadas todos los días. Estamos echando una mano en la confección de los documentos ya que a algunos les parece un tema farragoso aunque luego a la hora de la verdad no lo es tanto.

## **¿Por dónde empezar hoy mismo si alguien leyendo este artículo se pone a la labor?**

Pues un buen primer paso sería contactar con la Asociación para tener una referencia buena al comenzar. Así lo están haciendo de hecho los



artesanos. Vanesa, Chus y yo mismo estamos todos los días con estas tareas. Incluso una vez que tenga recopiladas unas memorias que nos exigen, nosotros podemos desde aquí cumplimentar ciertos trámites, aunque esos datos básicos, esas memorias son necesarias ya que lo que nosotros desde la Asociación no podemos hacer es inventarnos esos datos, pero adjuntándonos esas memorias y esos anexos nosotros cumplimentamos la documentación sin mayor problema.

**¿Crees que los artesanos están siendo conscientes de la importancia de este trámite?**

Creo sinceramente que hay artesanos que no lo son, no ven la importancia y la trascendencia que supone realizar a tiempo estos trámites y en su caso el quedarse fuera que para alguno, espero que no se produzca, puede ser un grave problema difícil de verdad de solucionar.

Con este nuevo registro la Junta quiere potenciar el marchamo la marca “artesano”, por eso va a exigir unos requisitos más estrictos que redundarán en un gran beneficio, precisamente por ese impulso que le quiere dar, a quienes puedan lucir su marca y su condición de artesanos. Quieren hacerlo bien. Y nos preocupa que los artesanos más antiguos de la Asociación son los que más se están durmiendo y es una

pena porque precisamente éstos son los que más fácil lo tienen, ya que la documentación que ya tienen del anterior registro prácticamente les valdría íntegra y no lo están solucionando. Nos preocupa, repito, porque alguno que no llegue a tiempo se encontrará fuera de la marca “artesano”, dejará de pertenecer a la Asociación con lo que ello conlleve y no podrá utilizar ni producir bajo la denominación de artesano.

**Suena todo un poco fuerte, mete un poco de miedo.**

Pues de verdad que lo de porque el problema si no se llega en plazo es muy, muy grave, y repito nosotros estamos un tanto asustados porque aún hay un número grande de productores de la Asociación con el trámite sin cumplimentar, sin su número del nuevo Registro Artesano.

**Danos un consejo para esos artesanos que no han hincado el trámite del nuevo registro...**

Que comiencen ya! Que nos llamen, que nos pidan asesoramiento, que nos pidan ayuda, que lo hacemos. Ha habido gente que ha venido una tarde o una mañana con toda la documentación a medio hacer y o bien le hemos dado las pautas adecuadas o incluso se lo hemos terminado de cumplimentar, los ha presentado y ha terminado en quince o veinte días su registro.



**“Cynara nace del pastoreo con mis ovejas en el parque de las Arribes, es fruto de nuestro trabajo y de la tradición familiar, de lo que aprendí desde niño, viendo a mis padres”**

Un coagulante vegetal procedente del cardo Cynara dio nombre a uno de los productos que fabrica de forma artesanal José Manuel Bartol en Hinojosa de Duero, en plenas arribes salmantinas. Un hijo, nieto y bisnieto de pastores que un día de enero de hace diez años quiso dar un paso más y completar el ciclo: montar una quesería y hacer para todos lo que sus antepasados llevaban años y años haciendo para el consumo familiar. En el sueño involucró a su mujer, a sus hijas y posteriormente a su yerno. Todo queda en casa.

Creo que en la elección del nombre de su queso colaboró hasta la farmacéutica de la zona.

Si, es verdad. Le di vueltas a mil nombres. Mis padres fabricaban en invierno para el autoconsumo y yo veía que echaban en el barreño la leche y un producto natural que llamábamos flor de cardo, y un día le pregunté el nombre científico a la farmacéutica y buscando llegamos a Cynara, los pistilos del cardo, el Cynara Cardunculus. Y nos quedamos con este nombre.

Una vez más usted hereda un oficio, el saber hacer, de sus padres, lo ha vivido en casa, como tantos artesanos.

Claro, llevamos un montón de años, mis bisabuelos ya se dedicaban a esto. Yo desde pequeño cuando salía de la escuela ya me iba con las ovejas de mi padre por el campo y yo siempre tenía claro que si seguía en este oficio tenía que cerrar el ciclo y transformar la leche. Me decidí a pesar de que la gente me decía que cómo me iba a meter en esto, más habiendo ya otra quesería en Hinojosa, aunque es industrial. Hice primera instalación como joven agricultor y a los dos años de estar en la actividad me planteé en serio la quesería y un día de enero de hace 10 años, empecé.

¿Fue quizá una forma de agradecer esa enseñanza, hacer lo que ellos no habían podido?

Es algo que veíamos que a nuestros padres se les escapaba, el de pastor es un oficio muy duro, y encima muy castigado, nos imponen los precios y la gente dice, pero si no hacéis más que recibir ayudas... pero si lo único que queremos es que nuestros productos valgan, no queremos ayudas sino eso.

¿Es fácil definir con claridad qué es artesano, y sobre todo, es fácil distinguirlo de lo que no lo es?

Está muy claro. El producto artesano es el que yo empiezo desde el principio, desde que salgo al pastoreo con mis ovejas en el parque de Las Arribes del Duero, porque nuestro pueblo está ahí, pegando a Portugal, una zona difícil, desfavorecida, lejos de todo, a una hora y pico de Salamanca. Luego transformo la leche y todo lo hago yo, hasta la venta.

¿Y cree que ha sabido transmitir esa definición tan clara a los consumidores, es decir, siente que valoran su trabajo artesano y por eso lo pagan sin rechistar?

Empiezan a valorarlo ahora, hasta ahora no, en parte porque había mucha confusión porque todos tenían

producciones artesanas, todos ¿cómo podía ser eso? Yo una vez en una tienda, ofreciendo mi queso, escuché cómo me decían, vaya, otro queso artesano. Pues no señor, no es otro queso artesano, yo le doy una garantía, estoy registrado como empresa artesana, agraria, con mi carnet de artesano... Nuestros productos compiten en un mercado un poco más selecto que otros.

¿Llegar más lejos supone pasar por un canal de distribución ajeno a su empresa?

Pues quizá, pero no puedo dar mis productos a un distribuidor. Yo tengo una producción pequeña, en torno a 12.000 kilos, de hecho estas navidades pasadas me quede sin nada. Pero si lo vendo todo, qué le voy a dar a un distribuidor. Estoy en las mejores tiendas de Salamanca, en Ordicia, y en otros lugares de España, y lo vendo todo. Fíjate que reservé seis quesos para enviar las muestras a los premios Cincho y se los tuve que vender a un cliente que viene todos los años desde Madrid a por ellos... Y ya que hablamos de los Cincho te diré que me haría una gran ilusión tener uno, vaya reconocimiento a mi trabajo.

¿Estaría dispuesto a colaborar en la fabricación de un queso único, hecho por todos igual, que se vendiera como Queso artesano de Castilla y León, por ejemplo?, ¿Y en compartir proveedores de materia prima con todos, para obtener mejores precios? Porque para los expertos estas dos serían dos buenas soluciones para hacer nuestros productos más competitivos.

Esta idea ya se ha planteado en varias reuniones de nuestra Asociación y como idea es buena, pero cómo haríamos eso, no hay dos quesos iguales, no sé si será la leche, los pastos, sería imposible que todos hiciéramos un queso exactamente igual. Yo apoyaría esa idea, pero la verdad es que me parece difícil. A lo mejor sí lo podríamos hacer con el apoyo del Instituto Tecnológico Agrario, no lo sé. Respecto a las compras en conjunto, pues por supuesto que nos rebajarían los costes, y se supone que es para lo que se hacen las cooperativas. Pero éstas ya se han convertido en macroempresas en las que nosotros somos un número y ya.

¿Se siente apoyado por la Asociación de Artesanos Alimentarios? ¿Cree que defienden sus intereses, los de los

empresarios?

La Asociación es fundamental para nosotros. Desde que la creo la Junta ha sido una gran ayuda, estamos en ferias, en eventos, a los artesanos de aquí nos van conociendo por todo el mundo. Una promoción que no podríamos hacer de forma individual, impensable. Y la Junta de Castilla y León nos ha entendido y gracias al trabajo de la asociación nos están apoyando. Como empresario artesano me siento muy protegido, otra cosa es como ganadero, esto es un desastre, la agricultura y la ganadería llevan años en crisis. ¿Cómo puede ser que un cordero valga 2,80 €, como decía mi padre a precio de sardina, y un kilo de éste al ama de casa le cueste a 25? Esto reventará por algún sitio.

Cuánto tiene que agradecer la sociedad a empresarios como usted, que no solo nos da un buen producto sino que encima contribuye a fijar población en lugares que de otra forma estarían casi desiertos.

Pues es verdad, los artesanos no solo fabricamos, sino que damos población y vida a los pueblos, la fijamos aquí, y no te digo nada en una zona tan alejada como la nuestra. Yo cuando empecé con esto se lo expliqué muy clarito a mis hijas, que yo hacía esto para que ellas lo continuaran, y no las ha importado quedarse aquí y trabajar conmigo.



Quesería Jose Manuel Bartol Gómez  
Quesos Cynara y Mi Queso  
C/ San Miguel, 6  
37230 Hinojosa de Duero, Salamanca  
[www.miqueso.com](http://www.miqueso.com)

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**