

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN NUEVAS  
TENDENCIAS Y PROCESOS DE INNOVACIÓN  
EN COMUNICACIÓN**

*Promoción a distancia 2016/2017*

ITINERARIO 1: Dirección Estratégica de la Comunicación.

Modalidad número 3: Realización de un producto comunicativo.

22 de septiembre de 2017

**TRABAJO FIN DE MÁSTER**  
**PLAN DE COMUNICACIÓN APRECU.**  
**Siglos de identidad cuchillera.**



**AUTORA: RAQUEL HARO HERREROS.**  
**TUTORA: LORENA LÓPEZ FONT.**

*Gracias a APRECU, en especial a María José Palacios por desarrollar este trabajo conjunto.*

## ¡AQUELLA NAVAJA DE MI PADRE!

Éramos como la mayoría  
una familia pobre, de artesanos.

Mi madre repartía  
la fuente del guisado por los platos.

El buen pan de La Roda  
mi padre hacía pedazos;  
el pan grande en el pecho,  
la navaja en la mano.

Servía la navaja para todo:  
Para sacarle punta al tranco,

para afilar el lápiz,  
para el corcho rebelde,

para el tocino magro,  
para mondar las naranjas,

para mojar la sopa en caldo,  
para pelar patatas,

arreglar el gazapo,  
cortar el nudo, despegar la caja,  
y poner un cartón a los zapatos.

Echar la sal al huevo,  
y cortar a la vid el primer ramo.

Para pelar la vara del camino  
y poner nuestros nombres en un árbol.

¡Navaja de mi padre,  
cuántas cosas hacías en su mano!

Cada Feria veníamos  
padre e hijo cogidos de la mano.

Comíamos en la “Cuerda”,  
junto al carro con toldo de un paisano,  
la merienda que madre preparaba.

Y después de los toros  
padre compraba turrón blando.

Ahora ya se fueron los dos,  
mas compro la navaja y me la guardo.

¡Quizá esta Feria un hijo mío  
me compre una navaja de regalo!



Cuchilleros ambulantes de la estación de ferrocarril de Albacete (1923)

Fotografía Luis Escobar.

**JUAN JOSÉ GARCÍA CARBONELL.**

<b>ÍNDICE/ INDEX:</b>	<b>PÁG.</b>
<b>1. RESUMEN. PALABRAS CLAVE / SUMMARY. KEYWORDS</b>	<b>4-5</b>
<b>2. INTRODUCCIÓN / INTRODUCTION</b>	<b>6-11</b>
<b>2.1. Justificación / Justification.</b>	
<b>2.2. Marco Teórico/ Theoretical framework</b>	
<b>3. OBJETIVOS Y ESTRUCTURA / OBJECTIVES AND STRUCTURE.</b>	<b>12-13</b>
<b>4. HIPÓTESIS / HYPOTHESIS.</b>	<b>14</b>
<b>5. METODOLOGÍA / METHODOLOGY.</b>	<b>15-16</b>
<b>6. DOCUMENTO DE IDENTIDAD CORPORATIVA/ CORPORATE IDENTITY DOCUMENT:</b>	<b>17- 51</b>
<b>6.1. Antecedentes de APRECU / Background of APRECU.</b>	<b>17</b>
6.1.1. Historia de APRECU/ History of APRECU.	
6.1.2. Juntas Directivas / Boards of Directors.	
<b>6.2. APRECU en el siglo XXI / APRECU in the 21st century:</b>	<b>34</b>
6.2.1. El sector cuchillero / APRECU in the 21st century.	
6.2.2. APRECU en la actualidad / APRECU today.	
6.2.3. Misión y Visión / Mission and visión.	
6.2.4. Valores / Values.	
6.2.5. DAFO y CAME / SWOT and CAME.	
6.2.6. Antecedentes en materia de comunicación / Previous background on communication.	
6.2.7. Estado de los intangibles / State of intangibles.	
6.2.8. Mapa de públicos / Map of audiences.	
<b>7. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN: Plan de Comunicación / COMMUNICATION STRATEGY: Communication Plan.</b>	<b>52-62</b>
<b>7.1. Objetivos de Comunicación / Communication Objectives.</b>	<b>52</b>
<b>7.2. Estrategia de Comunicación / Communication Strategy:</b>	<b>53</b>
7.2.1. Acciones / Actions.	
7.2.2. Técnicas de comunicación / Communication techniques.	
7.2.3. Mensajes / Messages.	
7.2.4. Canales, soportes y medios / Channels and media.	

	<b>PÁG</b>
<b>7.3. Cronograma y calendarización / Scheduling.</b>	<b>53</b>
<b>7.4. Presupuesto / Budget.</b>	<b>61</b>
<b>7.5. Sistemas de evaluación / Evaluation systems.</b>	<b>61</b>
<b>8. CONCLUSIONES / CONCLUSIONS.</b>	<b>63</b>
<b>9. BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN / BIBLIOGRAPHY AND DOCUMENTATION.</b>	<b>64-66</b>
<b>10. ANEXOS / ANNEXES.</b>	<b>67-88</b>

## **1. RESUMEN.**

El presente trabajo es el resultado de la investigación y recopilación de documentación sobre la Asociación de Cuchillería y Afines de Albacete (APRECU) para el desarrollo y elaboración de un Plan de Comunicación específico de cara a la celebración del su cuarenta aniversario, que se conmemora en 2017. El principal objetivo es el de mostrar a los públicos de interés quién es APRECU y qué objetivos persigue. Además, en este caso concreto, estas acciones facilitarán el análisis de la evolución y trayectoria de un sector que cuenta con más de seis siglos de historia para Albacete y por tanto identitario de este lugar.

Debemos destacar que la colaboración de la autora de este trabajo junto con APRECU ha sido muy estrecha. Este hecho ha sido posible dadas las relaciones profesionales que desde hace más de quince años se establecieron. Se trata, por tanto, de un trabajo basado en la realidad actual y que conlleva el esfuerzo de muchos meses de trabajo para la autora, quien ha sido partícipe en múltiples ocasiones de los hitos históricos que acompañan a la asociación cuchillera. Es, principalmente, este el motivo que fundamenta este Trabajo Fin de Máster, el hecho de aprovechar el trabajo desarrollado por la autora en materia de comunicación, por lo que es gran conocedora de su evolución.

Así las cosas, este trabajo se diseña de forma concreta para el desarrollo de una serie de acciones amparadas bajo el marco de la celebración del cuarenta aniversario de APRECU. El inicio del mismo se produce a principios del mes de enero en el que se diseña un Plan de Comunicación con una serie de objetivos y de acciones concretas para el año 2017. Se trata de un proyecto real que verá materializadas parte de estas acciones en septiembre de 2017. El trabajo de documentación ha sido prioritario de cara a establecer un contexto en el que determinar objetivos prioritarios corporativos de la asociación. Conjuntamente, desde APRECU, se ha diseñado todo un entramado de canales y soportes que han permitido ganar la visibilidad de un colectivo anclado en viejos formatos de comunicación. De este modo hemos rediseñado la imagen de marca, los canales y mensajes de una asociación que cumple cuarenta años.

Por último, destacaremos que es fundamental establecer acciones comunicativas que aporten valor a esta asociación, creada en junio de 1978, y para ello la comunicación es un elemento de vital importancia donde se ofrezca una imagen corporativa de carácter positivo.

## **PALABRAS CLAVE.**

Master Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación. Plan de Comunicación. APRECU. Estrategia de Comunicación. Comunicación Corporativa. Marca. Cuchillería. Albacete.

## **1. SUMMARY.**

The present work is the result of a research and a compilation of documentation on the Association of Cutlery and Allied of Albacete (APRECU) for the development and elaboration of a specific Communication Plan for the celebration of its fortieth anniversary, happening now in 2017. The main goal is to show to the public of interest who APRECU is and what objectives it pursues. In addition to this, this paper and the actions described on it will take into account the undeniable importance of this sector for the city of Albacete. This sector is known to be a part of the identity of the city due to the long tradition of this industry in the area that goes back to as long as six centuries.

Moreover, it must be said that the collaboration of the author of this work with APRECU has been very close. This fact has been possible given the professional relationship that have been established for more than fifteen years among both parties. It is, therefore, a work based on the current reality and that entails the effort of many months of work for the author having participated in multiple occasions of the historical milestones of the knife association. This is the main reason for this Master's Thesis, the fact of taking advantage of the work made by the author in the field of communication, so she is well aware of its evolution.

Thus, this work is designed in a concrete way for the development of a series of actions covered under the framework of the celebration of the fortieth anniversary of APRECU. This work started at the beginning of January 2017 in which a Communication Plan is designed with a series of objectives and concrete actions for the year 2017. This is a real project that will come true as a part of these actionplan in September of 2017. The work of documentation has been a priority in order to establish a basic framework to determine the corporate priorities and objectives of the association. Also, together with APRECU, it is being prepared a whole network of channels and medias designed to give visibility and clarity to this collective who is anchored in the old communication formats. In this way, we have redesigned the brand image as well as channels and messages of an association that is as old as 40 years.

Finally, it is essential to establish communicative actions that add value to this association, created in June 1978, offering a positive corporate image.

## **KEYWORDS.**

Master's Degree in New Trends and Processes of Innovation in Communication. Communication Plan. APRECU. Communication Strategy. Corporate Communication. Branding. Cutlery. Albacete.

## **2. INTRODUCCIÓN.**

Este documento resulta como Trabajo Fin de Máster, en el Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación, dentro del itinerario 1, Dirección Estratégica de la Comunicación, y modalidad 3, realización de un producto comunicativo.

El presente trabajo se fundamenta en la articulación de un Plan de Comunicación para la Asociación de Cuchilleros y Afines de Albacete, con motivo de la celebración de su cuarenta aniversario, en 2017. El trabajo se relaciona de forma íntima con la imagen corporativa de APRECU, quien pese a no contar con un Plan Estratégico de Imagen Corporativa elaborado si cuenta con los elementos de identidad, comportamiento y personalidad corporativa pertinentes.

Desde hace más de quince años vengo desarrollando diferentes labores en materia de comunicación con APRECU. Estas acciones se concretan en trabajos de colaboración y apoyo con la secretaría técnica de la asociación en relación con la organización de diferentes actos conmemorativos a nivel de protocolo, relaciones públicas y presentaciones. Además, en el año 2016, llevé a cabo la realización de un trabajo, liderado por APRECU, para la consecución de la Declaración de Bien de Interés Cultural de la Cuchillería y la Navaja Clásica Albaceteña (BIC). Estos elementos fundamentan mi interés en continuar una estrecha línea de colaboración, aprovechando las sinergias de mi perfil formativo y profesional, y materializar a través de este TFM un proyecto, que a día de hoy es real y puede ser confirmado a través de diversos medios.

### **2.1. Justificación.**

El reto al que me enfrento con la realización de este trabajo es doble: por un lado, se trata de poner en práctica algunos los contenidos aprendidos en el Máster y, por otro, aportar mi experiencia formativa en APRECU de forma real, con la posibilidad de evaluar, posteriormente, el grado de consecución de los objetivos expuestos en este Plan de Comunicación.

Mi relación con la Asociación de Cuchillería y Afines de Albacete desde hace años (en materia de relaciones institucionales, protocolo y comunicación) justifica, en gran medida, que pueda plasmar uno de mis últimos trabajos en este TFM. Ya, en 2016, tuve la oportunidad de realizar un detallado informe que defendía la propuesta de Declaración de Bien Interés Cultural para la Cuchillería Albaceteña y la Navaja Clásica Albaceteña ante el Gobierno Regional (Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha). Tras la consecución de esta Declaración, desde APRECU han solicitado, ya en 2017, mis servicios para el desarrollo de un Plan de Comunicación dirigido específicamente a la celebración del cuarenta aniversario. Hecho que supone para mí todo un reto, ya que la materialización del TFM verá sus frutos en un corto plazo de tiempo.

A nivel organizativo podemos apuntar que APRECU se encuentra estructurada, como posteriormente veremos, con una Junta Directiva y una Secretaría Técnica que se encarga de múltiples tareas. Ante la imposibilidad de diseñar acciones en materia de

comunicación y amparadas bajo un Plan de Comunicación ofrecí mi experiencia en el desarrollo de este proyecto, de esta forma el TFM sería beneficioso para ambas partes.

En resumen, la justificación de este TFM encuentra su fundamento en la necesidad de establecer unas líneas estratégicas claras de cara al cuarenta aniversario de APRECU. Aprovechando este acontecimiento de notable protagonismo, la comunicación corporativa de APRECU se ha visto afectada de forma muy positiva creando una imagen nueva ante la sociedad albaceteña.

## **2. INTRODUCTION.**

This document results as Final Master's Work, in the Master's Degree in New Trends and Innovation Processes in Communication, within the itinerary 1, Strategic Direction of Communication, and modality 3, realization of a communicative product.

This work is based on the articulation of a Communication Plan for the Association of Cutlery and Allied Albacete, on the occasion of the celebration of its fortieth anniversary in 2017. The work is closely related to the informal and corporate image of APRECU that has never being build as a formal and elaborated Strategic Corporate Image Plan. However, its elements of identity, behavior and corporate personality are widely known.

For more than fifteen years I have contribute in many ways and have put a lot of work in the field of communication at APRECU. Concretely, these actions were in the form of collaboration and support with the technical secretariat of the association and in connection with the organization of various commemorative events, protocol, public relations and presentations. In addition, in 2016, I carried out a project, led by APRECU, to achieve the Declaration of Good of Cultural Interest of the Cutlery and Classic Knife of Albacete (BIC). These elements are based on my interest in continuing a close line of collaboration, taking advantage of the synergies of my training and professional profile to make a true project through this TFM, which to this day is real and can be confirmed through various means.

### **2.1. Justification.**

The challenge I face with this paper is twofold: on the one hand, it is a question of putting into practice some of the contents learned in the Master and, on the other hand, contribute my formative experience in APRECU in a real way. Also, with the possibility to subsequently assess the degree of achievement of the objectives set out in this Communication Plan.

My relationship with the Association of Cutlery and Allied of Albacete for many years (in terms of institutional relations, protocol and communication) justifies, to a large extent, that I can capture one of my last work projects in this TFM. Already, in 2016, I had the opportunity to make a detailed report that defended the proposal of Declaration of Good of Cultural Interest for the Cutlery of Albacete and the Classic Navaja Albaceteña to the Regional Government (Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha). As early as 2017 and after completing this Declaration, APRECU have requested my services for the development of a Communication Plan specifically aimed at the celebration of the fortieth anniversary. A fact that is a challenge for me, since the composition of the TFM will have to be done in such a short time.

At the organizational level we can point out that APRECU is structured, as we will see later, with a Board of Directors and a Technical Secretariat that is responsible for multiple tasks. Given the impossibility of designing communication actions and covered under a Communication Plan I offered my experience in the development of this project, in this way the TFM would be beneficial for both parties.

In summary, the justification for this TFM is based on the need to establish clear strategic lines for APRECU's fortieth anniversary. Taking advantage of this remarkable event, the corporate communication of APRECU has been benefit very positively by the creation of a new image which will be spread throught the whole society of Albacete.

## **2.2. Marco Teórico.**

La Teoría de la información y de la comunicación fue desarrollada por Shannon y Weaver durante los años cincuenta en el campo de la ingeniería de las comunicaciones y la lingüística y otras disciplinas han adaptado posteriormente a sus respectivos campos.

La comunicación hace uso de conceptos y términos como canal, emisor, receptor, información, mensaje, ruido, etc., si bien, el significado preciso de cada vocablo está siempre restringido al contexto en que se aplica.

### **MODELOS DE COMUNICACIÓN.**

Según Shannon, la comunicación es un proceso mecánico y físico de transmisión de información de un transmisor A, al que llama fuente transmisora, a otra fuente receptora B, las cuales no tiene que ser personas, por medio de un canal que es el que hace posible la transmisión. Es la transmisión de información de un punto a otro distinto en el espacio y/o en el tiempo. La perspectiva de esta ciencia frente a los lenguajes es estadística, probabilística, y matemática; y trabaja especialmente con los códigos de transmisión; es decir, con los códigos artificiales.

Por otro lado, el estudio de la información se desarrolla de forma paralela a la amplitud difusora de los medios de comunicación de masas y sus orígenes están relacionados con la máquina. En otras palabras, los aparatos como el teléfono determinó la necesidad de cuantificación económica del mensaje. Este hecho determina un fenómeno comunicativo nuevo ya que el ser humano puede archivar, transmitir la comunicación a distancias superiores a las que la voz o la vista lo permiten. Como expone N. Wiener (1981), “ahora es posible hablar a una máquina y una máquina es capaz de hablar a una persona o a otra máquina”.

Según apunta Costa, J. (2014) “ el concepto de comunicación nace a partir del término más preciso de y a la vez más técnico, de información, índice numérico que caracteriza la intensidad de intercambios entre los seres humanos, es decir, la complejidad del mundo colectivo constituido por una sociedad global repartida en el espacio y en el tiempo”.

La presente definición subraya la amplitud del término de comunicación que aglutina y se conforma en sí mismo en la relación entre otras doctrinas.

De un tiempo a esta parte la comunicación se ha convertido en una disciplina y en una ciencia íntimamente relacionada con la sociología organizacional. Esta visión emparenta de forma directa con la identidad, imagen o cultura corporativa, en mayor término.

Podemos afirmar que la comunicación es una herramienta indispensable para transmitir mensajes a los públicos que más le interesan, en este caso a la organización. La comunicación de un tiempo a esta parte está siendo tomada muy en serio por las organizaciones a nivel público y privado. De este modo, la anterior afirmación queda respaldada con la incorporación del perfil profesional del DirCom.

Joan Costa (2014) en su obra el *DirCom Hoy* se refiere al papel determinante que el perfil profesional del DirCom está teniendo. Además, hace referencia a la ciencia de la comunicología como “un instrumento científico, absolutamente nuevo en la práctica tradicional de las organizaciones (...) que han descubierto la importancia decisiva de los activos intangibles, entre ellos, las relaciones, los valores y la imagen”.

Destacamos la importancia del perfil profesional del especialista en la dirección de la comunicación para destacar cómo la comunicación ha logrado dar un salto e incorporarse en todos los ámbitos, incluido el empresarial. Así la denominada economía de la información ha logrado traspasar el ámbito puramente académico para asentarse en todos los aspectos de la sociedad.

## **EL PLAN DE COMUNICACIÓN.**

Tras esta breve introducción sobre el término de comunicación destacaremos de forma teórica algunas afirmaciones sobre el Plan de Comunicación y su importancia para las organizaciones.

La denominada “Tercera Revolución” obliga a que las organizaciones adjudiquen un determinante papel a la gestión de la comunicación en sus empresas. Los mensajes que la organización o la empresa lanza deben ser analizados y lanzados a través de los diferentes canales de acuerdo con los objetivos estratégicos planteado en el Plan de Comunicación. Este y otros son los motivos fundamentales por los que la empresa debe contar con un buen Plan de Comunicación entre otros elementos de gestión.

Como decía Pericles, “el que sabe pensar, pero no sabe expresar lo que piensa, está en el mismo nivel que el que no sabe pensar”. Esta frase puede hacernos reflexionar sobre la importancia de los mensajes que las organizaciones lanzan a sus receptores o grupos de interés.

Continuando con el asunto que nos ocupa, el Plan de Comunicación debe ser una herramienta que posibilite la consecución de un objetivo estratégico. Además, este debe servir de mapa de ruta donde se establezca el diagnóstico de la organización, análisis de la competencia, públicos de interés, alternativas para ser más competitiva, etc.

Aljure, A. (2005) describe el plan estratégico de la organización como “el resultado del proceso de planificación de una organización”. Siguiendo al anterior autor es conveniente señalar que cualquier plan estratégico organizacional debe seguir las siguientes etapas:

- a) Análisis de la situación externa e interna.
- b) Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades)
- c) Análisis CAME ( Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar)
- d) En base a lo anterior definir los objetivos.
- e) Ejes de intervención para alcanzar los objetivos.
- f) Cronograma, presupuesto e indicadores de evaluación o control

Como se observa, hemos esbozado de forma muy esquemática los principales ejes sobre los que se sustenta el Plan de Comunicación, posteriormente daremos cuenta de forma más concreta de sus diferentes fases.

### **3. OBJETIVOS Y ESTRUCTURA.**

#### **OBJETIVOS.**

En otro orden de cosas, y continuando con el desarrollo del índice establecido para este Trabajo Fin de Máster estableceré una serie de objetivos generales y específicos de este trabajo.

Objetivos generales:

- Conocer los elementos clave del Plan de Comunicación Empresarial.
- Desarrollar un Plan de Comunicación para una Asociación sin Ánimo de Lucro: APRECU.

Objetivos específicos citaré:

- Exponer los conocimientos y habilidades adquiridas a través de los contenidos de los módulos cursados.
- Diseñar una estrategia de comunicación para APRECU.
- Analizar el sector cuchillero y APRECU a lo largo de 40 años.

#### **ESTRUCTURA.**

La estructura de este trabajo viene determinada por el índice inicial. En primer lugar, se ha establecido un resumen y palabras clave. Seguidamente, apuntamos algunas cuestiones de carácter introductorio donde se incluyen la justificación y el marco teórico en el que se enmarca cuestiones referidas a la comunicación y al Plan de Comunicación siguiendo diferentes teorías de carácter más científico.

A continuación, identificaremos los objetivos generales y específicos que se persiguen con la elaboración de este TFM para continuar con la estructura propia del trabajo, apartado en el que nos encontramos.

La hipótesis sobre las que se construye el desarrollo de este trabajo viene reflejada en el siguiente punto y que respaldan la tesis de que la comunicación debe ser una herramienta fundamental para buen desarrollo de cualquier organización y así poder gestionar de forma eficiente esta asociación. Tras esto, especificaremos la metodología empleada en el desarrollo del proyecto. Se trata, en todo caso, de una metodología en relación directa con la secretaría técnica de APRECU.

Tras estas cuestiones previas continuamos con dos grandes bloques: el documento de identidad corporativa y la estrategia de comunicación concretizada en el propio Plan de Comunicación para APRECU.

El documento de identidad corporativa recoge una contextualización previa que introduce la historia de APRECU a lo largo de sus cuarenta años y la composición de sus Juntas Directivas. Seguidamente, incluido en este sexto punto abordamos elementos de la identidad corporativa tales como la misión, visión, valores, DAFO, CAME y la situación actual de la que partimos en materia de comunicación corporativa (estado de los activos intangibles) y, finalmente, mapa de públicos.

El siguiente apartado se centra en la estrategia de comunicación, que abarcará los elementos del propio Plan de Comunicación tales como objetivos, estrategias, cronograma, presupuesto y sistema de evaluación.

Los últimos apartados de la estructura del trabajo se centran en el establecimiento de conclusiones, apartado bibliográfico y anexos.

#### **4. HIPÓTESIS.**

Las hipótesis sobre las que se estructura este trabajo son las siguientes:

- La comunicación es prioritaria para poder llevar a cabo los objetivos estratégicos de la Asociación de cuchillería y afines y necesita de estrategias comunicativas para implementar el objetivo general.
- Una comunicación eficaz es fundamental para dar a conocer la trayectoria de APRECU y los grandes hitos conseguidos a lo largo de sus cuarenta años.
- El Plan de Comunicación posibilitará la gestión de la comunicación tanto a nivel interno como externo y será su mapa de ruta para ganar reconocimiento social y posicionamiento dentro del empresariado a nivel local, provincial, regional, nacional e incluso europeo.

## 5. METODOLOGÍA.

El desarrollo de este Plan de Comunicación se sustenta en una serie de razones que me llevaron a estudiar la posibilidad de analizar su desarrollo e implementación. La primera de ellas fue el relacionar y establecer reciprocidades entre mi actual formación académica y mi desarrollo profesional. Además, otra de los argumentos ha sido la necesidad que la APRECU tiene de contar con una estrategia comunicativa concreta para la conmemoración de sus cuarenta años. Así las cosas, decidí, finalmente, aunar mis conocimientos sobre este sector y su asociación y poner en práctica todo el saber aprendido a lo largo de este Máster Universitario. Al amparo de estos objetivos se presenta este trabajo que recoge gran parte de las acciones materializadas unos días antes de la entrega del TFM.

Debido a mi extensa relación profesional con APRECU, en materia de consultoría de comunicación a lo largo de más de diez años, la secretaría técnica se pone en contacto conmigo a finales del mes de diciembre de 2016, para la organización de los actos de conmemoración del cuarenta aniversario. Tras este previo contacto paso a analizar el contexto de la Asociación. En esta primera fase cabe destacar la labor de investigación, recopilación y elaboración de una memoria que recoge los grandes hitos acontecidos, desde finales de los años setenta, en el sector cuchillero y en APRECU. Todo el corpus de trabajo se realiza en colaboración directa con la secretaría técnica de APRECU y con la dirección del Museo Municipal de la Cuchillería de Albacete. Además, debemos destacar la elaboración de entrevistas a todos los presidentes que han presidido las Junta Directivas de APRECU. Estas entrevistas (anexadas en el presente trabajo) han posibilitado contextualizar los antecedentes históricos de APRECU y determinar su evolución atendiendo a las problemáticas concretas de cada época histórica. En relación al desarrollo de estas entrevistas se han grabado en formato audiovisual para, posteriormente, desarrollar un vídeo institucional sobre la historia de APRECU, material que servirá para ser presentado el día 10 de septiembre, en la Comida de Hermandad de APRECU y presentación de la Memoria de los cuarenta años.

Dentro de la metodología destacaré otra de las fases en el desarrollo del proyecto. Junto a la recopilación de datos se ha trabajado en el desarrollo estratégico de los objetivos y acciones del Plan de Comunicación. Al respecto, destacaré, que se ha diseñado una imagen de marca específica para el cuarenta aniversario. También se ha elaborado una memoria de la historia de APRECU, en formato impreso, gracias a la colaboración de las instituciones públicas (Ayuntamiento de Albacete, Diputación Provincial de Albacete y Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha). Son destacables las sinergias de apoyo institucional en la puesta en marcha de todo el proceso.

En resumen, podemos afirmar que establecidos los objetivos del Plan de Comunicación, los objetivos y estrategias se ha pasado a implementar todas las acciones gracias al apoyo de APRECU y la productora de comunicación Aron Multimedia. Añadiremos que la calendarización ha resultado ser un elemento

primordial para poder implementar las acciones en relación a objetivos, estrategias, canales y mensajes con el fin de optimizar los resultados.

La última de las fases ha sido la puesta en marcha del trabajo desarrollado. En base a lo anterior, el próximo 10 de septiembre será presentado el contenido central del trabajo desarrollado en un acto institucional al que asistirá el Presidente Regional, D. Emiliano García Paje, en donde se reconocerá públicamente la trayectoria de los cuarenta años de la Asociación. El contenido de este acto viene determinado por la presentación de la Memoria del cuarenta aniversario, el vídeo institucional y los reconocimientos a los expresidentes de APRECU, asociados, etc.

## **6. DOCUMENTO DE IDENTIDAD CORPORATIVA:**

El apartado que se aborda, a continuación, expone elementos que conforman la identidad corporativa de APRECU y que ha sido desarrollado gracias al trabajo minucioso de recopilación de datos a lo largo de meses con la colaboración de la secretaría técnica y el archivo documental de la asociación. Debemos señalar que los documentos se encontraban sin ser organizados, con lo que la tarea ha sido ardua y ha conllevado meses de trabajo para su puesta en común y estructuración.

### **6.1. Antecedentes de APRECU:**

#### **6.1.1. Historia de APRECU.**

APRECU se constituye como Asociación de Cuchillería y Afines el 28 de junio de 1977 para la representación, gestión, defensa y fomento de los intereses profesionales comunes a sus miembros, siendo diez los socios promotores y fundadores. APRECU se caracteriza por su empeño en la difusión de la cultura y las tradiciones, por lo que viene promoviendo, en colaboración con otras entidades, multitud de actividades de salvaguarda y promoción del sector.

A finales de los años setenta, APRECU se enfrentó a los retos marcados por el contexto social, económico y político de la época. Los objetivos iniciales se fundamentaban en la búsqueda de herramientas que articularan la defensa de los derechos de un sector con poca representación y visibilidad ante las negociaciones laborales. De esta forma, el gremio cuchillero amparado en la fuerza de la unidad colectiva, consiguió algunos logros entre los que destaca la propia constitución de la asociación en defensa de los derechos de los empresarios cuchilleros.

Muchos han sido los momentos destacados a lo largo de estos cuarenta años, hitos históricos que marcaron un antes y un después en la cuchillería albaceteña. En el apartado cronológico se resumen los grandes retos y los acontecimientos que han marcado el desarrollo de esta asociación de cuchillería y afines y, en consecuencia, del sector cuchillero.

A lo largo de sus cuatro décadas de historia, APRECU ha ido ganando protagonismo ante la sociedad y las administraciones locales, regionales y europeas. Esta labor siempre ha estado liderada por el trabajo de los ocho presidentes respaldados por los miembros de sus Juntas Directivas al frente de APRECU. Sin duda, es destacable el apoyo incondicional de los diferentes representantes políticos al frente de las administraciones locales, regionales y europeas que en cada época han estrechado lazos de colaboración. Los organismos y entidades privadas también han mostrado siempre una cooperación fundamental para el desarrollo de acciones y proyectos en favor de APRECU y, en consecuencia, del sector.

El gremio cuchillero, cuyo origen se remonta al siglo XVI y que constituye un bien cultural cuyo desarrollo, se encuentra arraigado a la evolución histórica y socioeconómica de la ciudad de Albacete.

Además, el apoyo mediático ha supuesto un respaldo extraordinario para garantizar la visibilidad ante la sociedad de todas las acciones que la asociación ha ido desarrollando. Las labores en materia de comunicación, adaptadas a las diferentes épocas, han posibilitado que APRECU haya ganado visibilidad ante la sociedad albaceteña, en incluso europea, en los últimos años. La identidad corporativa de APRECU se ha desarrollado en base a los avances de la sociedad de la información y, a lo largo de los últimos cinco años, se ha adaptado a los nuevos cambios. Todo esto se traduce en que la asociación es reconocida, considerada y cuenta con una imagen corporativa muy positiva entre sus públicos, quienes no dudan en estrechar lazos de colaboración y patrocinio en las acciones que se desarrollan.

Por otro lado, sin duda alguna, quienes han trazado las líneas del desarrollo de APRECU y de la cuchillería han sido sus socios. Empresarios, autónomos, maestros cuchilleros, y un largo etcétera de profesionales que han sido y son los verdaderos protagonistas de su propia historia. Incidiremos que este hecho es posible gracias a la buena labor en materia de comunicación desarrollada a través de los años. Bien es cierto, que en sus inicios, a finales de 1970, las acciones comunicativas no se reflejaban ni seguían un plan estratégico y resultando ser muy básicas, pero, insistimos, en que algunos de sus presidentes ya tenían claro que el impacto mediático debía ser fundamental para ganar visibilidad.

Ya, en el siglo XXI, APRECU ha sido consciente de la importancia en materia de comunicación y así se refleja en sus cambios de imagen de marca o la creación de herramientas online (<http://www.aprecu.com/> Facebook, Twitter, <https://www.youtube.com/user/AprecuAB>, <https://plus.google.com/114728076794473998888> y offline (folletos, dípticos, paneles, etc.). (ANEXO 5).

Para el desarrollo de este TFM y la elaboración de la Memoria del cuarenta aniversario de la asociación he elaborado una cronología, gracias a los documentos existentes en el archivo de APRECU, donde se enmarcan los principales hitos conseguidos gracias a la Asociación desde su fundación. Este trabajo ha servido para analizar históricamente las líneas estratégicas que han marcado la visión de APRECU y se expone a continuación dentro de este apartado sobre su historia. Resulta interesante destacar la labor de documentación para elaborar esta cronología (elaboración propia) que será incorporada en la Memoria del cuarenta aniversario –una de las acciones del Plan de Comunicación que nos ocupa-. (ANEXO 5)

## CRONOLOGÍA APRECU.

### 1977

- El 27 de junio de este año se lleva a cabo la constitución de la Asociación Provincial de Empresarios de Cuchillería y Afines (APRECU). El primer presidente es D. Francisco Hernández Sáez y el objetivo de esta entidad era la representación, defensa, fomento y gestión de los profesionales comunes de sus diez miembros fundadores.
- Asimismo, la agrupación está presente en la Feria de ese año a través del Salón de la Cuchillería, donde se celebran sus principales actividades. Este stand era heredero de la Feria de Cuchillería y los concursos que se habían realizado durante años anteriores de manera intermitente por la antigua organización sindical.

### 1979

- D. Antonio Ramírez Carboneras sucede en la presidencia de la asociación a D. Francisco Hernández Sáez, tras dos años a cargo de la misma.
- El Delegado de Cultura, D. Juan José García Carbonell crea el “Concurso Literario de Exaltación a la Navaja”. Este certamen se organiza en la Casa de la Cultura y, desafortunadamente, no cuenta con continuidad durante los siguientes años.



Fuente: Archivo fotográfico APRECU. Exposición Cuchillería Feria Albacete 1978.

### 1981

- APRECU organiza el I Concurso Provincial de Cuchillería durante la Feria de Albacete que aún hoy sigue celebrándose cada mes de septiembre. Este primer certamen ofrece 350.000 pesetas en premios para los artesanos e industriales que desean presentar sus piezas.
- En septiembre ya se institucionaliza el día 10 para la celebración de la *Comida de Hermandad de APRECU*.
- En este año se reconoce legalmente a APRECU como asociación profesional capacitada para negociar en materia de convenios colectivos con los sindicatos.
- En septiembre de 1981 se prohíbe la fabricación, uso y tenencia de navajas automáticas. El sector cuchillero de Albacete, gran productor de este tipo de navajas, sufre una gran crisis.

### De 1982 a 1984

- Se continúa organizando el II, III y IV Concursos Provinciales de Cuchillería.

### 1985

- La Asociación Provincial de Empresarios de Cuchillería de Albacete homenajea al alcalde de la ciudad, José Jerez, y entrega una navaja artesana por las atenciones municipales y el cariño con el que el sector es tratado por la corporación.

### 1990

- D. José Expósito Picazo se convierte en el tercer presidente de APRECU tras los 11 años de D. Antonio Ramírez Carboneras.
- Tras once años sin celebrarse ninguna edición, APRECU convoca el I Concurso Literario sobre la Navaja.
- APRECU propone y organiza el primer “Homenaje a nuestros mayores”, un acto en el cual los cuchilleros más longevos y jubilados son reconocidos por su trayectoria y entrega en el sector.



Fuente: Archivo fotográfico APRECU. Cartel  
Concurso Regional Cuchillería, 1989.

### 1992

- APRECU presenta la primera norma española de homologación de calidades para cuchillos de cocina, lo que significa el primer paso para la creación de una normativa que afecte a todos los productos de la industria y que pretende competir en igualdad de condiciones a las fábricas albaceteñas en Europa.

### 1995

- Creación del Laboratorio para el Control de Calidad y Homologación de Cuchillería en el Instituto de Desarrollo Regional de la Universidad de Castilla la Mancha. Este observatorio cuenta con la colaboración de APRECU y la financiación de la Consejería de Industria de la JCCM para su creación. El centro se ha convertido en un abanderado de la investigación en I+D para el desarrollo de la industria cuchillera, su calidad y cumplimiento según dicta la normativa europea.

### 1996

- D. Amós Núñez Juan reemplaza a D. José Expósito Picazo en la presidencia de la corporación tras seis años en ella.
- El “Concurso Literario sobre la Navaja” toma el nombre de su creador, Juan José García Carbonell, quien impulsa una ola literaria que ha enlazado los caminos de la navaja y el maravilloso mundo de la prosa y la poesía.

## 1997

- La sede se traslada al Polígono Campollano a la Avenida Gregorio Arcos 42.
- Se establece un nuevo logotipo para la asociación, que representa una tradicional navaja de Albacete y una rueda dentada que recuerda el engranaje clásico. Por otro lado, se adapta una nueva denominación, más moderna y acorde para el nuevo milenio, por lo que la entidad pasa a llamarse Asociación de Cuchillería y Afines.

## 1998

- La famosa escultura del *Cuchillero* es donada por APRECU y otras entidades a la ciudad de Albacete en un acto en el que está presente José Bono, presidente de la Junta de Comunidades de Castilla la Mancha y donde Juan Garrido, por entonces alcalde de la ciudad, destaca el empeño de la asociación por lograr este reconocimiento. La obra realizada por Llanos Flores y Antonio Herrera es un homenaje al sector que se ha convertido en un símbolo turístico de la ciudad en la Plaza del Altozano. “Albacete a sus cuchilleros” es la inscripción que se puede leer en la placa donde se asienta la figura de dos metros de altura.
- APRECU recibe el “Premio 25 Aniversario” del Diario La Verdad como entidad de especial relevancia.

## 1999

- Se lleva a cabo la campaña “NAVAJAS... útiles con todas la de la Ley” en defensa a las acciones que varios sectores de la Administración están llevando a cabo para imponer un nuevo uso y fabricación de la navaja. La asociación defiende en las Cortes Generales la legalidad de la navaja en un magnífico discurso llevado a cabo por el presidente Amós Núñez. Esta gestión supone todo un éxito para APRECU, que cuenta no solo con el apoyo de toda la ciudad, sino de todo el país y muchas de sus personalidades. Una de ellas fue el Premio Nobel de Literatura, Camilo José Cela, quien expresa su firme oposición a la ilegalización de este emblemático instrumento en un gran artículo.
- Amós Núñez comparece el 29 de abril en la Comisión de Justicia e Interior del Congreso de los Diputados donde defiende el papel de la navaja en nuestra sociedad, desde el Paleolítico hasta nuestros días, remarcando el papel de utensilio que tan bien la define.
- Por otro lado, la Junta de Comunidades de Castilla la Mancha entrega a la asociación una placa conmemorativa como reconocimiento al “Mérito Regional” por su contribución al desarrollo de la región y el mantenimiento de las tradiciones.
- APRECU es honrada con una placa otorgada por Caja Castilla la Mancha en reconocimiento a su labor en el ámbito empresarial.



Fuente: Archivo fotográfico APRECU. Comida de Hermandad. Amós Núñez, José Bono. 1988.

- APRECU recibe el Premio Cadena Ser “Destacados 99” por su actividad empresarial.

## 2000

- El último año del milenio trae consigo uno de los mayores logros de la historia de APRECU: la creación de la Escuela de Cuchillería, convirtiéndose en la primera de España y también de Europa. Asimismo, otro de los grandes hitos es la puesta en marcha de la Fundación para el Desarrollo de la Cuchillería (FEDECU), que se encarga de gestionar e impulsar el centro educativo, buscar y difundir los principales avances que se alcanzan en el sector.
- APRECU es distinguida con una placa de reconocimiento por su incansable labor en defensa de la industria y el sector cuchillero de Albacete, concedida por la Asociación de Empresarios de Campollano.
- Se coloca la primera piedra de la denominada “Carretera de la Cuchillería” a iniciativa de la Consejería de Obras Públicas. La renombrada CM-332 pretende, como dice el lema del proyecto, acercar a nuestra gente. Entre el 1945 y 1975 llegaron a ubicarse hasta 10 talleres a lo largo de los kilómetros de esta calzada, lo que la convierte en una importante vía para el sector. La Felipa, Casas de Juan Núñez, Alatoz o Carcelén son algunas de las principales localidades por las que esta carretera transcurre.



Fuente: Archivo fotográfico APRECU.  
Monumento al Cuchillero. Plaza del  
Altozano. Albacete..

## 2001

- Durante este año se produce el relevo en la presidencia. D. Amós Núñez Juan quien cede su cargo a D. Luis Bleda Valera tras una etapa en la que el progreso y el desarrollo es clave para APRECU.
- Albacete se convierte durante el mes de septiembre en la capital de la cuchillería gracias a la Primera Convención Nacional de Coleccionistas y Comerciantes de la Navaja, que tiene como objetivo motivar a los artesanos y activar el comercio.

## 2002

- D. José Ramón Martínez Martínez se convierte en el sexto presidente de APRECU sucediendo a Luis Bleda Valera.

## 2003

- D. Juan Andrés Barbero García pasa a la presidencia de APRECU durante este año tras el mandato de D. José Ramón Martínez Martínez.
- Una nueva escultura toma lugar en las inmediaciones del Ayuntamiento y la Casa del Hortelano, se trata del típico cuchillo albaceteño de acero inoxidable con puño de madera, obra del escultor valenciano Blas García. Este trabajo rinde homenaje a toda una industria caracterizada por su calidad y tradición.

## 2004

- Un acontecimiento de especial mención es la inauguración del Museo de la Cuchillería el 6 de septiembre de 2004. El sueño de APRECU, artesanos, industrias y ciudadanos por fin se hace realidad. Ubicado en la antigua Casa del Hortelano, este centro cultural nace con el propósito de conservar y difundir el patrimonio cuchillero. Un amplio recorrido por los orígenes del sector que invita al visitante a descubrir este arte universal.
- FEDA otorga el “Premio Asociación Empresarial” a APRECU en la “V Edición de Premios Empresariales San Juan”.

## 2005

- Durante la Feria de este año se instala en el Salón de la Cuchillería el “Taller del Cuchillero”, donde todas las personas que lo deseen pueden realizar el montaje de su propia navaja con el inmejorable asesoramiento de artesanos del sector.



Fuente: Archivo fotográfico APRECU. Inauguración Museo Municipal de la Cuchillería. Septiembre 2004.

## 2006

- El Ayuntamiento de Albacete, a petición de APRECU, lleva a cabo un programa para establecer una marca garantía de origen en la Oficina de Patentes y Marcas del Ministerio de Industria. De esta manera nace “AB-Cuchillería de Albacete”. Desde este momento, el grabado en la hoja, con esta marca, es una garantía de calidad y origen, para ello se exige que todo el proceso por el que pasa el montaje de la pieza sea llevado a cabo en la provincia. Además, se crea una Comisión de Seguimiento; formada por el Ayuntamiento, APRECU, FUDECU y la Unión de Consumidores de España. El colectivo consigue de esta manera la protección de un producto con más de cinco siglos de historia. Las primeras empresas adheridas a esta marca fueron: Barbero Cuchilleros SL, Celaya e Hijos SCL, Amós Núñez Cuchillero SL, Arcos Hermanos SA, Manuel Fernández y R. Zafrilla Cuchillería.
- APRECU celebra su tradicional comida de hermandad y aprovecha para crear el Premio de Cuchillero Mayor del Año, un título que pretende valorar y homenajear a las principales personalidades ilustres que desempeñan una importante difusión y desarrollo del sector. El alcalde de Albacete, Manuel Pérez Castell, es el designado para ostentar tan distinguido honor por su defensa de los intereses cuchilleros al impulsar importantes iniciativas como la “Declaración de Albacete”, firmada en 2004 entre nuestra ciudad, Solingen (Alemania) y Thiers

(Francia), que persigue el reconocimiento de las marcas regionales y locales de Europa.

## 2007

- Durante el mes de junio y hasta la Feria de Albacete, APRECU lleva a cabo un amplio número de acciones conmemorativas para celebrar el 30º aniversario de su fundación.
- Desde la obtención de la marca, en el año anterior, un total de nueve empresas del sector se han adherido a la marca “AB-Cuchillería de Albacete” tras las recientes incorporaciones de Fábrica de Cuchillería Expósito SL y Walter SA. El requisito que se le pide a las compañías es que la manufacturación total del producto se haya realizado en la provincia, lo que provoca un mayor prestigio al sector de la provincia manchega.
- La Fundación para el Desarrollo de la Cuchillería (FUDECU) organiza el I Concurso de Diseño Aplicado a la Cuchillería. El certamen se divide en dos categorías: una para profesionales y otra para estudiantes. Los participantes deben presentar una navaja con un total de siete centímetros en la hoja y estuche en el que pueda ser expuesta.
- APRECU recibe por parte de la Asociación Cultural Peña de Albacete el “Premio Altozano” por la organización y representación en la Feria de la ciudad.



## 2008

- La localidad de Madrigueras inaugura un monumento al cuchillero que representa la figura del afilador, un homenaje de reconocimiento al sector.
- El presidente de Castilla la Mancha, José María Barreda, y la alcaldesa de Albacete, Carmen Oliver, mantienen una reunión con la Junta Directiva de APRECU donde establecen el compromiso por parte del Gobierno Regional de apoyar al sector y a la marca de garantía “AB-Cuchillería de Albacete”, con el fin de acabar con el intrusismo y los fraudes que amenazan a la industria.
- Una delegación de la Confederación de Empresarios de Albacete (FEDA) se reúne en la sede de la CEOE en Bruselas para tratar importantes problemas que amenazan a las empresas de Albacete. Roberto Arcos, empresario cuchillero y vicepresidente de la entidad albaceteña, es uno de los encargados de plantear normas de control a la Unión Europea para los productos importados de terceros países.

Fuente: Archivo fotográfico APRECU. Folleto Concurso Literario. 2003.

## 2009

- APRECU viaja a Bruselas para lograr la modificación del Reglamento para el Marcado en los productos. Esta acción pretende que el sector cuchillero forme parte de la denominación “Made In” y que cuente con un respaldo legislativo del que aún se carece, lo que provoca que productos importados principalmente de Asia sean tomados de forma fraudulenta como albaceteños. El presidente de APRECU, Juan Andrés Barbero, intenta la inserción de la industria cuchillera en la normativa comunitaria y que los productos obtengan un marcado en la hoja en lugar del embalaje.
- APRECU visita el Knife Show de Thiers (Francia) con el propósito de establecer contacto con los artesanos europeos y como aprendizaje para la futura celebración de dicho evento en Albacete. Juan Andrés Barbero mantiene una reunión con varios representantes cuchilleros franceses a los que invita a participar en el Congreso Internacional que se realizaría el siguiente año.
- La empresa JJ Cuchillería Industrial Sáez Fernández y Cuchillería Joker SL se incorporan a la marca de garantía de origen “AB-Cuchillería de Albacete”.
- APRECU firma un convenio de colaboración con la Fundación III Centenario de la Feria de Albacete por el que recibe el patrocinio del Congreso Internacional de Cuchillería. Asimismo, la asociación colabora con la tutela de una de las navajas gigantes que viaja por las distintas ciudades españolas en la exposición itinerante.
- Durante la tradicional comida de hermandad, APRECU rinde homenaje a la figura y trayectoria de la mujer cuchillera. Es la primera vez que se incluye un reconocimiento a la mujer en el sector. Andrea García Cortés es la elegida para tal mención.



Fuente: Archivo fotográfico APRECU. Mochillero entregando navaja a S.M. Dña. Sofia.FITUR 2013.

## 2010

- El Palacio de Congresos de Albacete acoge los días 13, 14 y 15 de mayo el I Congreso Internacional de Cuchillería Ciudad de Albacete & Knife Show, organizado por el IFAB y APRECU. La amplia representación del sector cuchillero regional, nacional e internacional es latente en un evento cargado de actos, mesas redondas y ponencias. El principal tema tratado es el apoyo al marcado en origen en los productos importados de terceros países, “Made in”. Otros asuntos son: la propuesta para la creación de una Federación Europea de la Cuchillería y los retos de la artesanía ante la globalización del mercado. Asimismo, la muestra de artesanía internacional “Knife Show” es una sorpresa muy positiva para el público que asiste al certamen internacional en el que una

veintena de empresas ofrecen sus piezas. Cabe destacar la importancia de la celebración de este evento por la relevancia que los empresarios obtienen durante el mismo. La posibilidad de compartir opiniones y trabajos con homólogos nacionales e internacionales, así como poder ofrecer un servicio mucho más directo a los visitantes es clave para las siguientes ediciones, estableciéndose como una cita clave para toda la asociación.

- El que fuera presidente de APRECU, Amós Núñez, es el encargado de realizar el pregón de la Feria del III Centenario, lo que supone un gran y merecido homenaje a la industria de la cuchillería.
- La Junta Directiva de APRECU otorga el premio “Cuchillero Mayor” a la Fundación del III Centenario en reconocimiento a la difusión del sector a nivel nacional e internacional.
- El 21 de octubre la Eurocámara del Parlamento Europeo aprueba el reglamento sobre la indicación del país de origen de productos importados de terceros países “Made In”, incluyendo al sector cuchillero. El texto ratificado tiene que ser validado por el Consejo de la UE para su implantación definitiva, quien no lo lleva finalmente a cabo por no llegar a un consenso.

## 2011

- La estación de Vialia de Albacete alberga las esculturas de navajas diseñadas para el III Centenario. La obra del pintor albaceteño Paco Pérez sigue expuesta en dicho recinto de manera permanente debido a que era el lugar habitual en el que los mochileros llevaban a cabo las ventas de sus navajas. Las estaciones de trenes no podían entenderse sin la figura de estos hombres que de esta manera reciben su propio homenaje.
- La Escuela de Cuchillería “Amós Núñez” celebra el X aniversario de su creación. Durante el evento los impulsores del centro y el presidente del Congreso, José Bono, reciben una navaja de plata. También tienen especial mención los directivos e impulsores de la Escuela, quienes son homenajeados con una placa conmemorativa.
- El Museo de la Cuchillería de Albacete organiza una jornada de puertas abiertas para dar a conocer la ampliación de más de mil metros llevada a cabo en sus instalaciones.

## 2012

- APRECU elabora el manual sobre la marca “AB-Cuchillería de Albacete” para orientar a los servicios de consumo del Ayuntamiento en las visitas de control a empresas y comercios.
- La Comisión de Control de la marca “AB-Cuchillería de Albacete” se reúne por primera vez con la alcaldesa de la ciudad, Carmen Bayod, y su equipo directivo, quienes manifiestan su compromiso con el sector y sus principales acciones.



- El Gran Hotel de Albacete promociona la marca “AB-Cuchillería de Albacete” tras el acuerdo entre APRECU y dicho establecimiento hostelero. Las once empresas adheridas cuentan con una vitrina instalada en el hall del inmueble para la promoción de sus principales piezas.

## 2013

- APRECU estrena nueva página web ([www.aprecu.com](http://www.aprecu.com)) mucho más dinámica y actualizada. El usuario puede encontrar todo tipo de información sobre la historia, objetivos, actividades y principales noticias del sector y sus empresas.
- La Escuela de Cuchillería “Amós Núñez” recibe la homologación de Formación Profesional, la primera con un título de cuchillero que no existe en otro lugar de toda Europa, lo que otorga una mayor singularidad e importancia a este centro educativo. La Presidenta Cospedal visita la sede de Aprecu y pone en valor la importancia que tiene la cuchillería para la ciudad. Muestra, además, el compromiso del Gobierno Regional por trabajar en favor del etiquetado de los productos para identificar su procedencia.
- IFAB delega la organización de la Feria de Cuchillería & Knife Show a APRECU, que firma un convenio de colaboración para el desarrollo del evento. Es la primera vez, tras cuatro ediciones, que este acontecimiento se celebra en el Museo de la Cuchillería de Albacete.
- El Boletín Oficial de la Provincia (BOP) publica el Reglamento íntegro de la marca “AB-Cuchillería de Albacete”.
- Gracias a la aportación económica de la Diputación de Albacete, APRECU publica una recopilación de los trabajos premiados durante las seis últimas ediciones del Concurso Literario Juan José García Carbonell sobre la navaja.



Fuente: Archivo fotográfico APRECU. Visita M<sup>a</sup> Dolores de Cospedal a sede APRECU y FUDECU.

## 2014

- APRECU presenta el libro “Albacete y su cuchillería. Guía Práctica: tipos, usos y empresas”. Un total de 5.000 ejemplares son editados y con la posibilidad de adquirirlo en inglés.
- La Diputación Provincial de Albacete impulsa la promoción del sector de la cuchillería gracias a un convenio de colaboración con APRECU por primera vez. De esta manera, la asociación obtiene 35.000 € para la realización de actividades dentro del colectivo de empresarios al que representa durante dicho año.

- APRECU patrocina “Los Cuchicuentos”, concurso de cuentos infantiles sobre cuchillería organizada por el Museo de la Cuchillería de Albacete.
- El Senado respalda la cuchillería “Made In” Albacete, instando al Gobierno a apoyar la inclusión de los productos de la industria importados de terceros países en el Reglamento Europeo, que obliga a incluir dicha distinción en cada pieza garantizando la calidad y seguridad de las mismas.
- La eurodiputada Pilar Ayuso visita la ciudad de Albacete donde, tras una reunión de trabajo, explicó al Presidente de Aprecu, Juan Andrés Barbero, que los procesos en Europa son «largos» pero mostró su alegría porque el Reglamento esté ya aprobado en el Parlamento Europeo y únicamente le falte el "sí" del Consejo de Europa.
- La Junta de Comunidades de Castilla la Mancha y APRECU se unen para la difusión y promoción del sector de la cuchillería.

## 2015

- El presidente de APRECU, Juan Andrés Barbero, se desplaza a Bruselas junto con el presidente de Diputación, Santiago Cabañero, y el delegado de la Junta de Castilla la Mancha, Pedro Antonio Ruíz Santos, para defender la calidad y tradición de la cuchillería albaceteña. En esta visita se conoce el estado en el que se encuentra el proyecto del Reglamento del mercado “Made In”, así como el por qué no se ha podido adoptar una posición formal sobre dicho objetivo.



Fuente: Archivo fotográfico APRECU. Viaje a Bruselas de APRECU defensa del MADE-IN.

- APRECU es invitada a la Jornada sobre la Protección, por parte de la EU, de las Indicaciones de productos no agroalimentarios (IGP), celebrada en la localidad murciana de Yecla. El objetivo de este encuentro es el de dar a conocer a las empresas y asociaciones participantes la situación y marco legal existente de sus productos a nivel europeo. La asociación participa en la mesa redonda con la finalidad de exponer a los asistentes la situación de un sector tan emblemático para Albacete como es la cuchillería.

- La madrileña estación de trenes de Atocha es la elegida para comenzar el “Road Show”, una campaña promocional de la cuchillería y afines que APRECU organiza con el patrocinio de la Excma. Diputación de Albacete. La capital es el punto de salida para comenzar esta campaña que visita otras grandes ciudades españolas como Valencia, Alicante o Murcia, lugares en los que siempre se podía encontrar un mochilero cargado de navajas de Albacete durante finales de siglo XIX y todo el XX, lo que contribuyó al desarrollo y tradición de nuestras queridas piezas. Cabe destacar la importancia de esta acción al establecer un stand en estas estaciones, remarcando su importancia al ser el lugar principal donde estos vendedores llevaban a cabo sus jornadas, siendo puntos visibles para la gran cantidad de viajeros que por allí transitaban.
- APRECU y los empresarios del sector solicitan que la cuchillería albaceteña sea declarada Patrimonio Cultural Inmaterial tras seis siglos de tradición. El objetivo es dotar a la industria de una legislación regional para la protección, conservación y difusión en sus productos. Las principales alegaciones se centran en defender un oficio artesano marcado por unas señas identificativas con Albacete, cuyo máximo exponente es la navaja, que cuenta con una tipología de un valor específico. Asimismo, la cuchillería albaceteña tiene su origen en el siglo XVI, y constituye un bien cultural en el que su desarrollo se ha producido al mismo tiempo que lo hacía nuestra ciudad.



Fuente: Archivo fotográfico APRECU. Elvira Rodena. Secretaria Técnica de APRECU.

## 2016

- La secretaria de APRECU durante más de 20 años, Elvira Rodenas, es homenajeada con motivo del Día Internacional de la Mujer. El Instituto de la Mujer de Castilla -La Mancha decide destacar su trayectoria laboral en la asociación cuchillera en la que ha sido partícipe de su desarrollo y difusión a través de su ardua labor junto con todos los presidentes y juntas directivas con las que ha trabajado.
- Tanto APRECU como FRACAMAN registran una Proposición No de Ley en las Cortes de Castilla -La Mancha dirigida a los portavoces de los grupos parlamentarios. El objetivo es el de buscar un mayor número de apoyos para las futuras indicaciones geográficas protegidas (IGP).
- APRECU, con la colaboración de la Junta de Comunidades de Castilla- La Mancha y de la Diputación Provincial de Albacete organiza, en Albacete, la I Jornada sobre IGP no agroalimentarias donde doce colectivos artesanales de la región se suscriben al acta de apoyo para la creación de dichas indicaciones.
- Las Cortes de Castilla -La Mancha aprueban por unanimidad la Proposición No de Ley a petición de APRECU y FRACAMAN, en la cual se expone la necesidad de crear un sistema de Indicaciones Geográficas Protegidas para productos no agroalimentarios, similar al que existe para productos alimenticios. De esta

manera, se da apoyo a las reivindicaciones de los colectivos de artesanos como la cuchillería.

- Durante la tradicional comida de hermandad, el 10 de septiembre, Juan Andrés Barbero comunica que abandona la presidencia de la asociación tras catorce años al frente.
- El presidente de Castilla -La Mancha, Emiliano García-Page, visita el salón y exposición de cuchillería que APRECU organiza durante la Feria de Albacete. Juan Andrés Barbero y su junta directiva recorren la muestra que cuenta con más de 300 piezas, ubicadas en 32 vitrinas. Además, la asociación hace entrega a García-Page del típico souvenir, una navaja con la marca “AB-Cuchillería de Albacete”.

## 2017

- María Pilar Jiménez García es elegida nueva presidenta de APRECU.
- APRECU celebra su 40 aniversario en un acto en el que se rinde homenaje a los expresidentes, instituciones y patrocinadores.

(Fuente: *Elaboración propia*).

### 5.2.1. Juntas Directivas.

Desde que APRECU se constituyera como asociación de pleno derecho un veintiocho de junio de 1977 muchos han sido los miembros integrantes de las ocho Juntas Directivas que han trazado las líneas estratégicas de la asociación. (ANEXO 4)

#### 28 de junio de 1977. PRIMERA JUNTA DIRECTIVA (1977-1979).

Se reúnen bajo la presidencia de Francisco Cuchillo Martínez y actuando como secretario Amós Núñez Juan para proceder a constituir APRECU y elegir a la primera Junta Directiva, avalada por diez socios-promotores y conformada por los siguientes integrantes (ANEXO 1):

#### 1ª JUNTA DIRECTIVA (Acta número 1 APRECU)

<b>PRESIDENTE</b>	<i>D. Francisco Hernández Sáez</i>
<b>VICEPRESIDENTE</b>	<i>D. Antonio Ramírez Carboneras</i>
<b>SECRETARIO</b>	<i>D. Pelayo Martínez Gascón</i>
<b>TESORERO</b>	<i>D. José Castañeda</i>
<b>PRESENTANTE</b>	<i>D. Amós Núñez Juan.</i>

**2ª JUNTA DIRECTIVA (1979-1990).**

Tras la presidencia de Francisco Hernández Sáez, y ante su repentino fallecimiento, le sucede en el cargo D. Antonio Ramírez Carboneras. La nueva Junta Directiva estará al frente de APRECU de 1979 hasta 1990.

**3ª JUNTA DIRECTIVA (1990-1996).**

Encabeza la Directiva José Expósito Picazo durante seis años quien decide renunciar al cargo tras problemas personales relacionados con su empresa. Su línea estratégica se direcciona en favor de la dignificación del sector más artesano de la cuchillería. Aunar cultura, tradición y cuchillería será su objetivo estratégico.

**4ª JUNTA DIRECTIVA (1996-2001).**

Amós Núñez Juan preside APRECU durante esta época colmada de los mayores proyectos en favor del sector cuchillero y en relación con la ciudad de Albacete. El Museo de la Cuchillería, la Fundación de la Cuchillería o el Monumento al Cuchillero serán los grandes hitos que marcan la historia de esta tradición y la de su ciudad.

<b>PRESIDENTE</b>	<i>D. Amós Núñez Juan.</i>
<b>VICEPRESIDENTE PRIMERO</b>	<i>D. Miguel Nieto García.</i>
<b>VICEPRESIDENTE SEGUNDO</b>	<i>D. Roberto Arcos Galiano.</i>
<b>SECRETARIO</b>	<i>D. José Vicente Hermosa Andújar.</i>
<b>TESORERO</b>	<i>D. Antonio López Andrés.</i>
<b>VOCALES</b>	<i>D. Luis Bleda Varela. D. Miguel Caulín López. D. José Castañeda Tudela. D. José Medrano Fernández. D. Federico Jiménez Varela. D. Cesáreo Sánchez Sánchez. D. Francisco J. González Martínez.</i>
<b>DIRECTOR TÉCNICO</b>	<i>D. Francisco Pascual Alarcón.</i>

**5ª JUNTA DIRECTIVA (2001-2002).**

Luis Bleda Varela sucede en el cargo a Amós Núñez Juan. En este breve período de tiempo la Junta Directiva sigue la línea continuista del anterior mandato.

<b>PRESIDENTE</b>	<i>D. Luis Bleda Varela.</i>
<b>VICEPRESIDENTE</b>	<i>D. José Ramón Martínez Martínez.</i>
<b>SECRETARIO</b>	<i>D. José V. Hermosa Andújar.</i>
<b>TESORERO</b>	<i>D. Francisco Cifuentes García.</i>
<b>VOCALES</b>	<i>D. José Molina Perona. D. Juan Andrés Barbero García. D. Roberto Sáez Igualada. D. José Javier Díaz López. D. Antonio García Martínez.</i>
<b>DIRECTORA TÉCNICA</b>	<i>Dña. Elvira Rodenas Navarro.</i>

**6ª JUNTA DIRECTIVA (2002-2003).**

La sexta Junta Directiva lidera el período de un año con la figura de José Ramón Martínez Martínez. Este será un período muy breve puesto que su presidente, siempre en relación con la toma de decisiones en materia de convenios laborales, nunca ha querido estar en la primera línea de la asociación.

<b>PRESIDENTE</b>	<i>D. José Ramón Martínez Martínez.</i>
<b>VICEPRESIDENTE</b>	<i>D. José V. Hermosa Andújar.</i>
<b>SECRETARIO</b>	<i>D. D. José Javier Díaz López.</i>
<b>TESORERO</b>	<i>D. Francisco Cifuentes García.</i>
<b>VOCALES</b>	<i>D. José Molina Perona. D. Juan Andrés Barbero García. D. Roberto Sáez Igualada. D. Antonio García Martínez.</i>
<b>SECRETARÍA TÉCNICA</b>	<i>Dña. Elvira Rodenas Navarro.</i>

**7ª JUNTA DIRECTIVA (2003-2016).**

En esta nueva etapa APRECU se enfrenta a los nuevos retos marcados por la revolución en materia de comunicación – nuevos canales y soportes de comunicación- y por la apertura del sector hacia Europa. Las reivindicaciones en defensa del consumidor y del marcaje de los productos frente a la competencia desleal, en su mayoría asiática, será la línea estratégica de la asociación. A lo largo de este período son muchas las acciones que se proyectan en relación a estos grandes objetivos.

<b>PRESIDENTE</b>	<i>D. Juan Andrés Barbero García.</i>
<b>VICEPRESIDENTE</b>	<i>D. Roberto Sáez Igualada.</i>
<b>SECRETARIO</b>	<i>D. José Javier Díaz López.</i>
<b>TESORERO</b>	<i>D. Francisco Cifuentes García.</i>
<b>VOCALES</b>	<i>D. José Ramón Martínez Martínez. D. Amós Castedo Gómez. D. Antonio García Martínez.</i>
<b>SECRETARÍA TÉCNICA</b>	<i>D. Elvira Rodenas Navarro. Dña. María José Palacios González.</i>

#### **8ª JUNTA DIRECTIVA (2017- actualidad).**

APRECU avanza hacia la consolidación y la materialización de las demandas y reivindicaciones de la etapa anterior. La nueva Junta Directiva, elegida en enero de 2017, planifica una estrategia de consolidación de los proyectos iniciados con Juan Andrés Barbero en relación a la regulación legislativa de un Reglamento que posibilite el marcaje a nivel europeo de la procedencia geográfica de los productos, las Indicaciones Geográficas Protegidas –IGP’s-.

<b>PRESIDENTA</b>	<i>Dña. Pilar Jiménez García.</i>
<b>VICEPRESIDENTE</b>	<i>D. Manuel Fernández Rovira.</i>
<b>SECRETARIO</b>	<i>D. Ramón Pareja Osorio.</i>
<b>TESORERA</b>	<i>D. María Dolores Nieto García.</i>
<b>VOCALES</b>	<i>D. César Sánchez García. D. Francisco Gómez Sanz. D. Amós Núñez Alcázar.</i>
<b>SECRETARÍA TÉCNICA</b>	<i>Dña. María José Palacios González.</i>

## **6.2. APRECU en el siglo XXI:**

### **6.2.1. El sector cuchillero.**

Situados ya en la actualidad, el sector de la cuchillería atraviesa por un momento delicado, no solo por la crisis económica sino por la competencia desleal de los mercados asiáticos frente a la cuchillería nacional y concretamente la de Albacete.

Por otra parte, cabe destacar que APRECU ha liderado una iniciativa desde el año 2004 en la defensa del consumidor y del sector cuchillero, que es la de conseguir que la Unión Europea incluya en aquellos productos de cuchillería procedentes de fuera de Europa, el marcado del país de origen en el propio producto y no en el embalaje, como ocurre ahora, para que el consumidor conozca la procedencia de lo que compra y no se le engañe. APRECU se ha sumado a una posición común, junto con otros productores europeos, para que exista un Reglamento Europeo, que reconozca la calidad de nuestros productos, proteja a la cuchillería como originaria de nuestra comunidad y contribuya a mantener nuestros puestos de trabajo.

El sector cuchillero en Albacete y su provincia viene determinado por algunos datos destacados. De las 60 sociedades, entre empresas fabricantes de cuchillería e industria auxiliar y fundamentalmente PYMES, 13 de ellas son empresas artesanas que se distribuyen a lo largo de la geografía nacional: en Albacete capital y la provincia (Madrigueras, La Roda); Castilla- La Mancha (Santa Cruz de Mudela, Argamasilla de Calatrava, La Solana) y resto de España (Madrid, Barcelona y Tarmundi, en Asturias). En resumen, el 80% de las empresas se encuentran en Albacete y su provincia. En cuanto a los datos de empleabilidad, el sector cuenta con unos 900 puestos entre directos e indirectos. El volumen de facturación es de aproximadamente de entre 85 y 90 millones de euros anuales.

- **EXPORTACIÓN.**

Desde los inicios la cuchillería ha generado unas cifras de exportación importantes, los productos de cuchillería son conocidos en todo el mundo. La exportación en Albacete, en 2016, se sitúa en 26,6 millones de euros. A nivel regional el volumen de negocio relacionado con las exportaciones alcanza los 31,1 millones de euros, mientras que las importaciones fueron de 10,3 millones de euros, lo que arroja un saldo en la balanza comercial del sector de 21,0 millones de euros. De tal forma podemos afirmar que Castilla-La Mancha es la Comunidad Autónoma con mayor peso en cuanto a exportaciones de cuchillería, ocupando el primer lugar con una participación del 40,2% sobre el total nacional, seguida de Cataluña y Madrid. Nuestra cuchillería se exporta, principalmente, a países como Alemania, EEUU, Francia, Israel y Canadá.

### 6.2.2. APRECU en la actualidad.

La Asociación de Cuchillería y Afines se encuentra inmersa en la consecución de varios proyectos iniciados ya con anterioridad. Por un lado, debemos destacar que en la actualidad se llevan a cabo diferentes proyectos y campañas:

- Conseguir las **Identificaciones Geográficas Protegidas** (IGP) que beneficiaría a sectores tradicionales de Castilla-La Mancha como la cuchillería de Albacete, la cerámica de Talavera, o el Mueble de Sonseca, entre otros, puesto que identificaría nuestro producto como originario de nuestra ciudad, región y país, poniendo de relieve su tradición, técnicas específicas de fabricación y su calidad. Al mismo tiempo que protege al producto, contribuiría a la creación y promoción de oficios de carácter tradicional, aportando seguridad al consumidor final.
- Marca de Garantía de Origen AB-Cuchillería de Albacete. El Ayuntamiento de Albacete a requerimiento de APRECU, ha promovido y obtenido la marca de garantía de origen “**AB-Cuchillería de Albacete**”, mediante trámite en la Oficina de Patentes y Marcas del Ministerio de Industria. El objetivo del establecimiento de la marca es defenderse de productos importados que con frecuencia llegan sin marca o identificación de origen y se introducen de forma engañosa y fraudulenta en el mercado. De esta forma se consigue un aval de garantía para el consumidor.
- **MADE-IN**. APRECU ha liderado una iniciativa en la defensa del sector cuchillero europeo, contando con la colaboración de ciudades cuchilleras europeas y diversos estamentos públicos (Ayuntamientos, Cortes de Castilla-La Mancha, europarlamentarios, etc.) y privados.  
Las acciones se iniciaron en noviembre de 2004 con la firma de la Declaración de Albacete sobre la cuchillería de Europa, firmada por los alcaldes de Albacete y Thiers y los museos de Albacete y Solingen. Los tres museos, ciudades y pueblos quieren con esta declaración solicitar a las Instituciones Europeas que su identidad cultural en torno a la fabricación de cuchillos, navajas y tijeras no quede relegada a sus museos y se adopten medidas oportunas para establecer la obligación de identificar el origen del producto para su introducción en Europa impidiendo la utilización fraudulenta de la marca. Las Cortes de Castilla –La Mancha apoyan la Declaración de Albacete, instando al Gobierno de la Región, al de España y a la Comisión Europea a apoyar las medidas necesarias para asegurar la utilización de las marcas regionales y locales en Europa y evitar su utilización fraudulenta.
- **Fomentar de la artesanía, cultura y tradición**. APRECU desarrolla acciones en materia de información, apoyo y asesoramiento a maestros artesanos cuchilleros. Además, en septiembre de 2017 APRECU ha conseguido la Declaración de Bien de Interés Cultural en la categoría de inmaterial para la Cuchillería albaceteña y la navaja clásica albaceteña.

Es interesante destacar la incorporación de servicios al asociado a lo largo de este año 2017 y que se incluyen dentro de las acciones de este Plan. Exponemos, a continuación, la relación de servicios:

- *NETWORKING*

APRECU ofrece la posibilidad de relacionarse con otros profesionales del sector. Unirse a una asociación permite que un profesional pueda relacionarse con otras personas que pueden proporcionarle información y un apoyo relevante para la industria, así como ayudarlo a conseguir nuevos clientes y progresar en el sector.

- *COMUNICACIÓN*

Los socios tienen a su alcance las últimas noticias e información acerca del sector; subvenciones, ferias nacionales e internacionales, cursos formativos, eventos y actividades relacionadas con el sector. El asociado dispone de acceso a Newsletter con información destacada del sector.

- *FORMACIÓN*

Ofrece a sus asociados formación a través de jornadas gratuitas sobre temas demandados por nuestras empresas. Este es un aspecto clave para mejorar la competitividad empresarial. La formación gira alrededor de aspectos específicos relacionados con el sector y también otra formación más general.

- *RELACIONES INSTITUCIONALES*

APRECU colabora activamente con instituciones públicas y privadas, organismos públicos, asociaciones empresariales, sindicatos, etc. La asociación representa a sus asociados frente al Gobierno e instituciones locales, regionales y europeas liderando campañas que ayudan a mejorar las leyes, reglamentos, acuerdos y subvenciones.

- *NEGOCIACIONES COLECTIVAS*

Anualmente APRECU negocia con los sindicatos el Convenio Colectivo de Cuchillería con el fin de regular las condiciones laborales y salariales del sector. Además, mantiene relaciones con organismos públicos como el Departamento de Armas de la Guardia Civil, Policía Nacional y Local e instituciones públicas como el IPEX, ICEX, Cámaras de Comercio, Agencias de Colocación, etc. Por otro lado, establece relaciones con organizaciones privadas como entidades bancarias, fundaciones y empresas privadas creando lazos de colaboración empresarial.

- *RELACIONES EMPRESARIALES*

APRECU está integrada en la Confederación de Empresarios de Albacete, por lo que todos los socios se benefician de las ventajas que FEDA ofrece sin estar asociadas a ella: asesoramiento e información en muy diversas áreas tales como fiscalidad, contabilidad, laboral, ayudas e incentivos a la actividad empresarial, formación, innovación, internacionalización, medio ambiente y calidad, jornadas informativas, seminarios y talleres prácticos, novedades legislativas y eventos que promocionan la actividad empresarial.

APRECU se ubica en el Parque Empresarial del Polígono Industrial de Campollano, en Albacete, y colabora con la Asociación de Empresarios de Campollano (ADECA).

- *IMAGEN DE MARCA: BRANDING.*

APRECU permite reforzar las marcas de las empresas como marcas de confianza y proyectar una imagen positiva de las empresas a sus clientes mediante la difusión y promoción de su empresa en canales digitales: página Web de APRECU, www.aprecu.com, redes sociales, publicación de guías y folletos. Por otro lado, desarrolla la promoción de las empresas a través de actividades de promoción nacional e internacional.

- *CONVENIOS*

APRECU ayuda a ahorrar tiempo y dinero a sus asociados a través de acuerdos con importantes ventajas y descuentos con empresas, asociaciones y federaciones empresariales asociadas. La asociación tiene un mayor potencial de negociación que cualquiera de sus asociados por separado, ya que pueden negociar y cerrar ofertas basándose en el poder de todos sus asociados. Este hecho les permite conseguir mejores ofertas que las que puede conseguir una sola empresa.

- *SERVICIO DE ASESORÍA JURÍDICO-LABORAL Y MERCANTIL.*

APRECU dispone de gabinete jurídico para la gestión y defensa de todos los asuntos relacionados con el sector de cuchillería. La asociación apoya y respalda a sus miembros en cualquier situación

Reglamento de Armas y procedimientos administrativos sancionadores derivados de la aplicación del Reglamento.

- *NORMATIVA TÉCNICA Y DE CONSUMO PARA LA INDUSTRIA*

APRECU trabaja con los diferentes organismos para garantizar la compatibilidad y calidad de estos productos y servicios y promueve la innovación y tecnología mediante investigación y promueve el acceso de esta a todos sus miembros. Además, del Laboratorio de Cuchillería, ITECAM (Centro Tecnológico del Metal de Castilla la Mancha), BILIB (El Centro de Apoyo Tecnológico a Ciudadanos y Empresa), empresas de certificación de calidad, etc.

Cuenta con un servicio gratuito de asesoramiento tecnológico especializado en tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), marketing online y Community Management.

Sobre la anterior relación de servicios que ofrece APRECU, debemos destacar que gracias a este TFM se incluyó en la Memoria del cuarenta aniversario y se editará un folleto impreso con esta información. Además, se dará difusión por medio de los canales de comunicación que APRECU tiene. Tan solo añadiremos una reflexión sobre la ampliación de los servicios y es la de la necesidad de contratación de más personal. Hasta ahora muchos de los servicios los ofrece una sola persona, la secretaria técnica, con lo que el nivel de esfuerzo y responsabilidad es enorme.

### **6.2.3. Misión y Visión.**

APRECU tiene como Misión *fomentar el desarrollo del tejido empresarial cuchillero de la provincia de Albacete a través de la defensa y promoción de los intereses de la cuchillería actuando como canal de comunicación y nexo de unión con las instituciones públicas y privadas.*

Estanyol Casals, E. (Ed.). (2016) se refiere define misión como “la declaración concisa que hace una organización sobre la finalidad de su existencia”.

En cuanto a la Visión, debemos concretar las metas que APRECU pretende conseguir en un corto medio plazo. Esta es la de *consolidar la posición de APRECU dentro del sector cuchillero y conseguir un mayor número de asociados.*

Por su parte, Villafañe, J. (2005) se refieren al concepto de visión estratégica como “*la imagen compartida por los miembros de la alta dirección de una organización sobre su razón de ser y la gran meta aspiracional que esperan alcanzar. Su formulación debe cumplir 3 requisitos:*

1. *Un concepto claro de lo que se necesita para tener éxito.*
2. *Que constituya un propósito noble, que merezca la pena hacer, que implique a la gente.*
3. *Que sea creíble y se pueda conseguir”.*

### **6.2.4. Valores.**

Los Valores de APRECU se relacionan con su código ético y de buenas prácticas. Destaca: *Transparencia. Responsabilidad. Compromiso. Participación. Valor de la marca APRECU.*

Los valores se van generando y creciendo a lo largo del tiempo a partir de una serie de factores internos (socios, presidentes de la asociación, patrocinadores, etc.) y externos (Albacete, la tradición cuchillera, la sociedad albaceteña). Los valores son los principios que guían los comportamientos de las personas y cómo se relacionan para la consecución de la visión de la asociación. El condicionante proactivo es fundamental para la generación de valores y por ello es fundamental el compromiso de todos los socios y miembros de la Junta Directiva, sobre todo.

Esta asociación cuenta con el aval de su trayectoria sobradamente conocida en los ámbitos locales, provinciales, nacionales e internacionales. De tal forma, APRECU en esta nueva andadura bajo una nueva presidencia debe mantener los valores que han creado las anteriores juntas directivas. Es destacable mencionar que la opinión pública tiene un concepto más que positivo sobre la marca APRECU, pero este elemento relacionado con el activo intangible de la reputación es muy frágil con lo que la gestión debe seguir siendo continuista. El mayor valor de sus presidentes ha sido el mantener a la asociación al margen de tintes políticos, encontramos múltiples ejemplos tales como las denuncias en 1981 o en 1999 ante las normativas de prohibición de la navaja automática o la prohibición de las navajas.

Es importante subrayar que este documento es el primer Plan de Comunicación estratégico que se realiza en APRECU, con lo que es interesante tener en cuenta que la

misión, visión y valores se han creado para este trabajo, ya que anteriormente APRECU no tenía definidos estos elementos que conforman la cultura corporativa de la asociación.

### 6.2.5. DAFO y CAME.

#### ANÁLISIS DAFO (APRECU)

#### Debilidades, Fortalezas, Amenazas y Oportunidades.

##### DEBILIDADES:

- Crisis económica que afecta al sector e impide el mantenimiento de empresas de cuchillería y afines.
- Falta de recursos económicos.
- Bajo nivel de asociados.
- Competencia desleal debido a la inexistencia de un Reglamento europeo que exija el marcaje de productos de origen.
- Necesidades de ampliación de servicios para el asociado.

##### FORTALEZAS:

- Experiencia de cuatro décadas.
- APRECU portavoz de reivindicaciones y necesidades del sector cuchillero.
- Compromiso con las empresas asociadas.
- Inicio de una nueva etapa con una Junta Directiva comprometida y responsable.
- Presidencia de APRECU con reconocimiento empresarial y capacidad de liderazgo.
- Buena relación con los medios de comunicación.
- Imagen positiva ante la sociedad y reconocimiento.

Posicionamiento adecuado en redes sociales.  
Declaración de Bien de Interés Cultural para la Cuchillería y la Navaja Clásica Albaceteña.



##### AMENAZAS:

- Crisis económica.
- Exceso de burocracia.
- Competencia desleal.
- Cierre de empresas.
- Existencia de otras alternativas de asociacionismo empresarial.
- Cambio en las necesidades de los consumidores de los productos cuchilleros.
- Dependencia de ayudas y convenios con la administración pública.

##### OPORTUNIDADES:

- Expectativa de crecimiento en número asociados.
- Consecución de las Identificaciones Geográficas Protegidas a nivel europeo.
- Previsiones económicas.
- Apoyo empresarial a los asociados.
- Relaciones institucionales.

*Fuente: Elaboración propia.*

**ÁLISIS CAME (APRECU)**  
**Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar.**

**DEBILIDADES VS CORREGIR**

- Búsqueda de ayudas, subvenciones o convenios que favorezcan el mantenimiento, posicionamiento y crecimiento de las empresas.
- Desarrollo de acciones que favorezcan la dotación de recursos propios.
- Realizar campañas en favor del asociacionismo del sector.
- Consolidar y conseguir una regulación de sistemas de identificación de los productos.
- Nuevos servicios para el asociado

**FORTALEZAS VS MANTENER**

- El liderazgo de APRECU y su reputación.
- Mantener la filosofía reivindicativa ante las demandas de los cuchilleros.
- Fidelizar a los asociados.
- Trabajo transparente y responsable.
- Continuar las relaciones institucionales.
- Dar a conocer las Declaraciones y reconocimientos logrados.



**AMENAZAS VS AFRONTAR**

- Crisis económica.
- Exceso de burocracia.
- Competencia desleal.
- Promover ayudas para empresas de nueva creación.
- Ampliar servicios para el asociado.
- Establecer medios contra la competencia desleal con campañas de sensibilización.
- Contratar a algún profesional más en la plantilla..

**OPORTUNIDADES VS EXPLOTAR**

- Capacidad de APRECU y su reconocimiento.
- Conseguir legislación para las Identificaciones Geográficas Protegidas a nivel europeo.
- Previsiones económicas.
- Reforzar la identidad corporativa.

*Fuente: Elaboración propia.*

En primer lugar, hemos perfilado los aspectos más destacados del análisis DAFO. Como se observa APRECU se enfrenta a algunos de los retos que marcan las directrices de esta nueva etapa. Entre las debilidades y amenazas se sitúa la situación de crisis económica que ha atravesado el panorama empresarial a nivel mundial y que el sector de la cuchillería también ha sufrido. Como consecuencia, muchas de las empresas asociadas a APRECU han tenido que cerrar sus puertas. A este importante contexto debemos añadir el factor de la competencia desleal de los productos provenientes de los países asiáticos, en su mayoría. Este es un hecho que se inicia hace casi una década y donde la única solución posible vendrá determinada de la viabilidad política; es decir, de la legislación mediante un Reglamento que regule la defensa, en último término, del consumidor final. Pese a esta compleja circunstancia, APRECU, en defensa de los intereses del sector no cesa en protagonizar campañas y acciones de sensibilización en favor de las identificaciones de los productos cuchilleros. Además, podemos añadir que ante esta situación empresarial resulta complicado encontrar empresas de nueva creación relacionadas con este sector, así las cosas APRECU debe emprender nuevas acciones para favorecer el asociacionismo y articular nuevos modos de gestión presupuestaria al margen de las ayudas públicas o de los patrocinios y colaboraciones de empresas o instituciones públicas. No obstante, las fortalezas y oportunidades juegan en su favor, si tras cuarenta años APRECU goza de buena salud y sus activos intangibles avalan su excelente reputación, se deben aprovechar la conmemoración del cuarenta aniversario para dar un impulso comunicativo y reivindicar así las nuevas necesidades.

En relación directa con el análisis de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades exponemos el análisis CAME con el que poder avanzar en el estudio de las posibilidades y corregir, afrontar, mantener y explotar los elementos expuestos en el DAFO.

El CAME es, por tanto, una continuación racional del DAFO y poder tomar medidas de actuación en base a unos objetivos estratégicos de primer y segundo orden que posteriormente veremos en relación a nuestro Plan de Comunicación. En la siguiente fase podrán desarrollarse diferentes estrategias de reorientación, para corregir las debilidades y explotar las oportunidades; y defensivas, para afrontar amenazas y mantener las fortalezas.

### **6.2.6. Antecedentes en materia de comunicación.**

La historia en materia de comunicación de APRECU es tan extensa como su historia. Desde los comienzos la asociación ha sido muy consciente de la importancia que la comunicación tiene en favor de su reputación. Bien es cierto que, a finales de los años setenta, en el momento de su constitución y en los sucesivos años la asociación no contaba con acciones concretas de acuerdo con un plan estratégico. No obstante, los impactos mediáticos eran constantes como así lo constatan las hemerotecas de la prensa de las distintas épocas (ANEXO 9).

Por otro lado, hemos podido analizar la evolución de la marca de la asociación y, tal y como se puede observar en el ANEXO 7, el desarrollo del logotipo de marca APRECU ha variado a lo largo del tiempo hasta conseguir una imagen de marca más fresca, dinámica y actual sin perder de vista el origen del mismo. El primero logotipo de inicio de los años 80 perduraría hasta los inicios del nuevo siglo XXI. Aparece, además, la navaja clásica albaceteña unida al escudo de la ciudad de Albacete, que posteriormente se perderá, junto con una rueda dentada que significa la industria. Este símbolo se ha mantenido aunque su concepto ha evolucionado, en este caso la industria quedaría suplantada por la investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i). El escudo de la ciudad se perdería en la sucesiva evolución del logotipo o branding de marca hasta llegar al más actual, ya que la cuchillería es notablemente conocida e identificada con la ciudad de Albacete.

Es interesante, por otro lado, destacar la nomenclatura de las siglas de la asociación. APRECU nace bajo el nombre de “Asociación de Empresarios de la Cuchillería y Afines”, pero en su evolución este nombre cambia ligeramente quedando eliminado el término empresarios. En la actualidad APRECU es la “Asociación de Cuchillería y Afines” con las siglas anteriores.

Como venimos apuntando, es interesante analizar los elementos que han marcado la evolución en materia de comunicación de la marca. Además, debemos añadir que en la etapa que abarca el período de 2003-2016, siendo presidente Juan Andrés Barbero, APRECU contrata los servicios externos de una jefa de prensa. Al frente de esta labor se encontraba la autora del presente TFM.

Será en esta etapa cuando APRECU empiece a coordinar de algún modo las acciones en materia de comunicación, de acuerdo a unos objetivos que por el momento no estaban planificados. Pese a ello se tenía claro que la presencia mediática y la difusión por los canales de aquella época eran fundamentales para ganar reconocimiento, prestigio y, en definitiva, reputación corporativa. Destacaremos que en aquellos años, en esta pequeña ciudad, no se conocían los conceptos en materia de comunicación corporativa, planes de comunicación ni reputación. Aun así hay una patente constancia de las acciones que se desarrollaban regularmente. (ANEXO 10).

A partir del año 2004 APRECU contará con una herramienta web, muy precaria pero que da cuenta de los servicios que ofrece. En adelante se irá trabajando en materia de comunicación de forma más consciente hasta llegar a contar con diversas herramientas y canales en la actualidad. Con la incorporación de la actual Secretaria Técnica, M<sup>a</sup> José Palacios en 2013 APRECU se afronta de forma muy positiva su transformación digital

en materia de comunicación. A la modificación de la página web se suman las nuevas marcas (AB Cuchillería) y nuevos canales en redes sociales o el servicio newsletter. Es conveniente destacar el restyling del logo marca APRECU más reciente con motivo de la celebración del 40 aniversario (ANEXO 7).

Por último, es necesario incidir en la importancia de uno de los actos emblemáticos de APRECU, su *Comida de Hermandad*. Institucionalizada por el segundo de sus presidentes, Antonio Ramírez Carboneras, desde hace casi cuatro décadas es una de las citas sociales más importantes que tiene lugar el día 10 de septiembre de cada año. En este importante acto están presentes todos los ámbitos más destacados de la sociedad a nivel local, provincial y regional (alcaldes, concejales, diputados, senadores, presidente regional, obispo, representantes de las fuerzas y seguridad del estado, universidad,

### **6.2.7. Estado de los intangibles.**

Tal y como expone Costa, J. (2014) los recursos de la comunicación resultan vitales para la venta de intangibles, cuya base es la generación de confianza. Así las cosas, destacaremos el valor de los activos intangibles para APRECU.

Dentro de los activos intangibles es interesante referirnos a la reputación. Costa, J. (2014) señala que la reputación corporativa es un capital de confianza, de solvencia financiera y ética. APRECU cumpliría estas afirmaciones aunque señalaremos que al ser una asociación sin ánimo de lucro no cumple con el objetivo de solvencia financiera, puesto que entre sus máximas no entra el enriquecimiento económico de forma literal, como podría ocurrir en cuanto a la solvencia financiera en una empresa. La Asociación de Cuchillería y Afines goza, sin lugar a dudas, con un reconocimiento valorado muy positivamente por sus stakeholders. Como ejemplo basta recordar el apoyo a modo de patrocinio y colaboración de entidades públicas y privadas que vienen aportando un presupuesto importante en acciones como el patrocinio de los Premios Regionales de la Cuchillería, el Certamen Literario “La Navaja” de Juan José García Carbonell, etc. La reputación de APRECU se encuentra avalada por la misión, la gestión y sus valores. Con respecto al análisis reputacional debemos señalar que APRECU es una asociación pequeña de Albacete capital con lo que no se encuentra información sobre ella en monitores empresariales de reputación corporativa.

Uno de los elementos fundamentales dentro de los activos intangibles de la organización es la identidad. Villafañe, J. (2005) señala que “la identidad corporativa es el ser de la organización, su esencia, lo que la identifica y diferencia.

“Al hablar de intangibles generalmente nos referimos a los activos de una empresa que carecen de materialidad: su fondo de comercio, sus marcas, las licencias de explotación que esa empresa posee... Pero, en los últimos años, se han popularizado términos como reputación corporativa, gestión del conocimiento, responsabilidad corporativa... a los que también se denomina intangibles”. López Triana y Sotillo (2009). Sobre este asunto de gestión de recursos intangibles es necesario destacar que la organización no necesita realizar gestiones diferentes a la clásica administración de los activos convencionales como señala López Triana y Sotillo (2009), sino que responde a la misma visión y misión de la empresa generando valor en forma de conocimiento, de lealtad de los clientes, socios o empleados, reconocimiento, etc.

De forma muy breve exponemos algunas cuestiones sobre el estado de los intangibles de APRECU, sin poder entrar en mayor detenimiento puesto que se trata de una asociación de pequeño tamaño – solo cuenta a nivel organizacional con una secretaría técnica, el apoyo externalizado de la asesoría jurídica y contable, y la Junta Directiva y Asamblea General como órganos superiores-. Pese a lo anteriormente expuesto, la imagen de APRECU goza de muy buena salud, sobre todo en la actualidad –recordaremos que este Plan recoge las acciones desarrolladas en 2017 con motivo del cuarenta aniversario y coincidiendo con la Declaración de Bien de Interés Cultural de la Cuchillería y la Navaja Clásica Albaceteña a nivel regional-. Es conveniente incidir en estas acciones que posteriormente analizaremos puesto que APRECU ha vuelto a ser reconocida públicamente por medio de las acciones diseñadas.

En resumen, la imagen –lo que perciben de APRECU, la síntesis que hacen los públicos de la identidad- y su reputación – la realidad fruto del cumplimiento a lo largo de su historia, de sus compromisos con sus actores implicados- es muy positiva. Es evidente que esta afirmación podría ser discutible ya que carece de avales cuantitativos que atestigüen esta aseveración. Este podría ser un siguiente reto, el medir la reputación de APRECU y analizar de forma concreta sus activos intangibles. Para ello deberíamos diseñar un sistema de métricas reputaciones de acuerdo a su contexto y teniendo en cuenta que se trata de una asociación que ha alcanzado mucha repercusión pero que sus dimensiones son mínimas. Con todo, el riesgo reputacional podría plantearse ante una inesperada crisis, por ello sería conveniente tener un plan de crisis.

Sobre la marca podemos indicar que este activo inmaterial implica mucho más que un simple nombre. APRECU y su branding llevan implícitos los valores que anteriormente hemos citado. APRECU es la marca de la cuchillería, *siglos de identidad cuchillera*, aval de garantía de origen, de lucha por la supervivencia de un sector tradicional heredero de siglos de historia, oficio, gremio. Es innovación, tecnología, desarrollo y también artesanía. Este branding se ha construido poco a poco a lo largo de los años y los siglos, aun cuando no existía la comunicación corporativa. APRECU es un ejemplo de evolución de adaptación y de gestión de comunicación, pese a tener un mínimo de personas en plantilla. La sociedad, las instituciones, los partners, los stakeholders, sienten APRECU cercana, familiar, luchadora, reivindicativa. Sería fantástico poder cuantificar a través de métricas, como hemos apuntado, y poder constatar el valor tan importante que esta marca tiene.



Evolución logotipos marca APRECU.  
Fuente: Archivo APRECU.

### 6.2.8. Mapa de públicos.

En primer lugar, dentro de este subapartado, es interesante y necesaria una aproximación conceptual de los términos de público y stakeholders. Al respecto Capriotti, P. (2013) señala la variación de primero de los términos y su implicación semántica.

“Uno de los pasos fundamentales dentro del estudio de los públicos de las organizaciones fue el cambio del concepto de público por el de públicos. Esta modificación, por pequeña que parezca (paso del vocablo del singular al plural), no fue sólo la modificación de una palabra, sino la variación de toda una concepción del sujeto receptor. Con este cambio, se pasó de la idea de receptores (todas aquellas personas capaces de recibir la información) a la idea de destinatarios (aquellos a los que va dirigido el mensaje, que poseen unas características específicas). Se pasó del todos al algunos.

En nuestro caso concreto nos acogemos al concepto de público amplio donde incluiremos a las personas que pueden tener relación con APRECU, sin restringirse al consumidor o solo al socio de la asociación.

Por su parte “el concepto de stakeholder está ligado directamente a la noción vínculo o relación, por lo que su utilización sería, incluso, más correcta que el término Público. Este concepto estaría vinculado, de acuerdo a Grunig y Repper (1992) a la conducta comunicativa, manifiesta o latente, de las personas”, Capriotti, P. (2013). De tal forma el término stakeholder puede definirse como “el interesado” o literalmente del inglés "people who are linked to an organization because they and the organization have consequences on each other" (Grunig y Repper, 1992: 125).

El siguiente mapa de públicos pretende recoger una relación de todos los públicos de interés para la Asociación de Cuchillería y Afines, APRECU. De cara a la consecución del objetivo estratégico planteado en nuestro Plan de Comunicación. Este mapa nos servirá para analizar el nivel de importancia que tiene cada público con respecto al objetivo estratégico y, por tanto, redireccionar estratégicamente las acciones que el Plan contemple.

Cada público, con sus intereses, se enmarca dentro de un ámbito más genérico importante para APRECU y con quienes es fundamental su comunicación. Hemos de aclarar que el mapa de públicos que se incluye en este apartado corresponde a un mapa general en el que se ubican todos los posibles colaboradores (Cuadro 1: Mapa de Públicos genérico.).

En la provincia de Albacete, se encuentra FEDA (Federación de Asociaciones Empresariales de Albacete) que aglutina a todos los sectores empresariales. ADECA es otra Asociación de Empresarios del Polígono Industrial de Campollano, en la ciudad. Ambas asociaciones cuentan con un reconocido prestigio (por tanto competidora, en parte de APRECU). Nuestra labor será la de mantener marca y reputación positiva hacia APRECU, puesto que es una asociación específica del sector de la cuchillería y empresas afines que presta unos servicios muy específicos del sector. (Especificamos este dato ya que algunas empresas podrían asociarse a alguna de las anteriores y dejar a un lado APRECU).

<b>MAPA DE PÚBLICOS</b> 	
<b>ÁMBITO INTERNO APRECU</b>	<p>Miembros Junta Directiva: Presidenta, Vicepresidente, Secretaria-Tesorera, tres vocales.</p> <p>Personal de APRECU: Secretaria Técnica, Asesor Jurídico y Financiero.</p> <p>Empresas de cuchillería y afines: asociados.</p>
<b>ÁMBITO SOCIO-ECONÓMICO</b>	<p>Organizaciones empresariales: FEDA, ADECA, AJE.</p> <p>Asociaciones de Autónomos.</p> <p>Organizaciones Sindicales: CCOO-CSIF- UGT, otros.</p> <p>Otras empresas privadas: posibles colaboradores como proveedores, consultoras, etc.</p>
<b>ÁMBITO ECONÓMICO-FINANCIERO</b>	<p>Entidades financieras: Globalcaja, Caja Rural de Castilla-La Mancha, Liberbank, Santander, etc.</p> <p>ICEX, IPEX, etc.</p>
<b>ÁMBITO COMUNICACIÓN</b>	<p>Medios de Comunicación: líderes de opinión.</p>
<b>INSTITUCIONES PÚBLICAS</b>	<p>Ayuntamiento de Albacete.</p> <p>Diputación Provincial de Albacete.</p> <p>Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. UCLM: Universidad de Castilla-La Mancha.</p> <p>Administración Estatal.</p> <p>Administración Europea.</p>
<b>ÁMBITO DE LA SEGURIDAD</b>	<p>Cuerpos y Fuerzas de la Seguridad de Estado. Policía Local. (Importantes por las cuestiones que afectan a las acciones en materia de uso de armas blancas. Es interesante recordar la polémica suscitada en 1999 ante la intención de la prohibición de las navajas, o la prohibición en cuanto a las medidas de las hojas de la navaja, navajas automáticas, etc.).</p>
<b>OTROS.</b>	<p>ADECA, (Asociación de Empresarios del Parque Empresarial de Campollano. En la actualidad y desde agosto de 2017 la sede de APRECU se ha trasladado a las oficinas de esta asociación empresarial).</p>

*Fuente: Elaboración propia.*

**MAPA DE PÚBLICOS EN RELACIÓN AL OBJETIVO ESTRATÉGICO.**

**Junta Directiva APRECU.**  
**Personal APRECU.**  
**Socios de APRECU.**  
**Empresarios de la cuchillería y afines.**  
**Ayuntamiento de Albacete (Concejalía de Promoción Empresarial).**  
**Diputación Provincial de Albacete .**  
**Federaciones y Asociaciones Empresariales a nivel provincial –FEDA, ADECA, AJE-**  
**Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha (Consejería de Economía).**  
**UCLM**  
**Gobierno de Castilla-La Mancha.**  
**Gobierno Nacional.**  
**Instituciones de la Unión Europea.**

Tras analizar de forma genérica aquellos públicos interesantes y protagonistas en nuestro Plan de Comunicación, de acuerdo al Objetivo Estratégico marcado y una vez realizadas las operaciones oportunas para el cálculo del denominado, siguiendo a Villafañe -Coeficiente de Comunicación Necesaria (Cn)-, podemos afirmar que dentro los actores principales del Plan General cobran relevancia: los medios de comunicación (Cn 0,88), en primer lugar, puesto que es fundamental la difusión de la marca APRECU a nivel mediático. La buena relación con los líderes de opinión y la presencia en medios de APRECU –prensa, radio, tv, Internet, etc.- resultará fundamental para poder obtener una buena visibilidad. Este elemento, tan importante, está íntimamente relacionado con el resto de públicos. Una buena comunicación externa que traslade los pilares de la cultura corporativa y valores organizacionales será la gran aliada para la consecución del objetivo estratégico propuesto.

Los socios de APRECU (Cn 0,69) configuran uno de los puntos importantes dentro del mapa de públicos. Los socios y su captación son de vital importancia para la asociación y ellos, más que nadie serán quienes difundan el valor de nuestra marca. La captación de socios es un arduo trabajo que debe ir en consonancia con la creación de acciones ventajosas y atractivas para ellos. De forma clara diremos que los socios son quienes irán generando confianza en la marca y que difundirán de forma veraz y objetiva el atractivo de formar parte de la Asociación.

la Junta Directiva (Cn 0,63), órgano vital en la dimensión estratégica y toma de decisiones, en la difusión de la imagen de marca de la Asociación; aunque con cero interés económico –recordemos que los miembros del APRECU no cobran remuneración económica ya que no les mueve el interés económico-. Dentro de nuestro particular “ranking de públicos”, la Junta Directiva comparte peldaño con los empresarios –no asociados-, que todavía no forman parte de ella. Ellos son un aspecto interesante dentro de nuestro objetivo estratégico ya que si conseguimos captarlos como socios responderán al resultado óptimo y conseguido de nuestro gran objetivo. Es decir, si la marca está avalada por una buena reputación en consonancia con la Cultura Corporativa, misión, visión y valores estos no dudarán en formar parte de la Asociación con lo que será sintomático de que estamos haciendo las cosas de forma favorable.

Con respecto al resto de públicos señalados, cabe destacar el papel interesante de las instituciones públicas –Ayuntamiento de Albacete, Junta de Comunidades o Diputación Provincial-. Estos públicos deberán ser aliados con lo que será obligado y necesario trabajar el ámbito de las relaciones institucionales. La presencia de APRECU dentro de la configuración institucional local, provincial, regional, nacional e internacional debe ser muy importante. Además, no debemos dejar a un lado el interés de

Repertorio de públicos	VARIABLES DE CONFIGURACIÓN				
	Dimensión estratégica	Influencia en la opinión pública	Difusión de la imagen	Intereses económicos	Coefficiente de Comunicación Necesaria (Cn)
Junta Directiva	4	2	4	0	0.63
Personal	4	0	4	0	0.50
Socios	3	4	4	0	0.69
Empresas no asociadas	2	4	4	0	0.63
Medios de Comunicación	2	4	4	4	0.88
Proveedores	1	1	3	2	0.44
Asociaciones Empresariales	3	0	3	1	0.44
Ayuntamiento de AB	4	0	4	0	0.50
Diputación Provincial de Albacete	4	0	4	0	0.50
Gobierno CLM	3	0	4	0	0.44
Universidad	3	0	3	0	0.38

la Asociación en participar de subvenciones públicas en las áreas económica, de gestión y promoción empresarial, etc. Dentro de este apartado podemos incluir a la Universidad de Castilla-La Mancha con quien se podrán desarrollar relaciones de colaboración en diversas acciones. Su relación en materia de Marca también será destacable puesto que la UCLM aporta prestigio valor añadido a la Asociación.

Las Federaciones de Empresarios y asociaciones forman parte del colectivo de colaboradores de APRECU con quienes mantiene una relación de competencia, en parte, y de colaboración. Debemos matizar que las relaciones entre estos públicos deben ir en la línea de la cooperación globalizada en pro del desarrollo económico de la localidad.

Por otro lado, los proveedores entendidos como una especie de clientes, que en algunos casos podrán ser empresas o consultoras que ofrezcan sus servicios a las empresas asociadas por medio de convenios, desayunos empresariales, Networking, Coworking, etc. Estos proveedores serán fundamentales para la creación de la marca y su reputación. La activa participación y colaboración con estos protagonistas con APRECU revelará que la marca va aumentando su valor. (Como nota, explicitaré que el valor máximo otorgado a cada variable para el cálculo del Cn es el de 4 puntos).

Fuente: Elaboración propia. Cuadro 2. Mapa de Públicos y Coeficiente de Comunicación Necesaria (Cn).

La razón de ser de APRECU y su viene determinada por el valor añadido que sus asociados han aportado desde su constitución. Ellos forman parte del público activo de este cuadro de públicos. A finales de los años 70 la primera Junta Directiva encauzó sus esfuerzos en crear unidad como elemento de fuerza para conseguir logros en materia empresarial. De este modo, APRECU aumentó el número de asociados conformando una hermandad de profesionales donde la colaboración, la ayuda y las reciprocidades posicionaron a esta asociación como referente provincial en el sector cuchillero y de la empresa auxiliar. Las empresas cuchilleras y auxiliares son conocedoras del valor que aportan los servicios de esta asociación empresarial especializada en un sector colmado de la experiencia que avalan sus cientos de años de existencia.

La asociación ofrece a sus asociados formas eficientes de desarrollo empresarial para que puedan ampliar las oportunidades de negocio y continuar el desarrollo profesional de sus miembros. Además, afiliarse mejora el perfil profesional de las empresas asociadas porque indica que esas empresas están comprometidas con su industria y participan activamente en la evolución del sector. Al formar parte de esta asociación empresarial las empresas tienen fácil acceso a las leyes más recientes y a aquellas previstas para el futuro. A partir de ahí, las empresas pueden hacer los cambios necesarios y preparar acciones específicas para combatir y adaptarse a las regulaciones que podrían tener un grave efecto en el sector y en sus empresas.

## **ASOCIADOS**

A continuación, se ofrece un listado de todos los socios de APRECU:

- Alfa Cuchillería (AB).
- Amós Núñez Cuchillero S.L. (AB).
- Antonio Belmonte Martínez Cuchillero (AB).
- Arcos Hermanos S.A. (AB).
- Arcufrán S.L., Santa Cruz de Mudela (Ciudad Real).
- Artenikel S.L. (AB).
- Auxiliar de Cuchillería Industrial S.L (AB).
- Barbero Cuchilleros S.L. (AB).
- Carlos del Fresno Martínez, Santa Cruz de Mudela (Ciudad Real).
- Consorcio Museo Municipal de la Cuchillería de Albacete.
- Cuchillería Altozano (AB).
- Cuchillería Chaparro (AB).
- Cuchillería El Abuelo S.L.U. (AB).
- Cuchillería Forester S.L. (AB).
- Cuchillería Java S.C.L., Madrigueras (AB).
- Cuchillería Hermanos Jiménez S.L., Madrigueras (AB).
- Cuchillería Joker S.L. (AB).
- Cuchillería Martínez C.B., Santa Cruz de Mudela (Ciudad Real).
- Cuchillería Peralta S.L. (AB).
- Cuchillería Ramírez S.L. (AB).
- Cudeman S.A. L. (AB).

- Despacho Jurídico García Carbonell (AB).
- Destino Albacete S.L. (AB).
- Emilio Palacios Córcoles (AB).
- FAMACU S.L. (AB).
- Fábrica de Cuchillería Expósito S.L. (AB).
- Francisco Hernández Becerra (AB).
- FUDECU (AB).
- Industrias Mical S.A. (AB).
- Fornituras Cuchilleras Albacete, FORCUALBA S.L.L.
- J.J. Cuchillería Industrial Sáez Fernández S.L. (AB).
- José Giraldo Losa (AB).Socio Honorífico.
- José Luis Abietar Sáez (AB).
- José Luis Moreno García (AB).Socio Honorífico.
- José Expósito Fernández. ( AB).Socio Honorífico
- Juan José Martínez García, Santa Cruz de Mudela (Ciudad Real).Socio Honorífico.
- La Cuchillería de Taramundi S.A., Taramundi (Asturias).
- M.B. Artesanos S.L., Santa Cruz de Mudela (Ciudad Real).
- Madarga S.A., Madrigueras (AB).
- Cuchillería Fernández (AB).
- Asesoría Manuel Navarro Sánchez (AB).
- Manuel Pérez Castell. Socio Honorífico(AB).
- Manufacturas López de la Isidra C.B., La Solana (Ciudad Real).
- Manufacturas Muela S.A., Argamasilla de Calatrava (Ciudad Real).
- Martínez Albainox S.L. (AB).
- Navajas de Taramundi S.L.L., Taramundi (Asturias).
- Open Star S.L. (AB).
- Pastor Cuchillería (AB).
- Remaches Albacete S.L.
- Sanz Blanco C.B. (AB).
- Simón Cuchillerías S.L. (AB).
- Sociedad Cooperativa Cuchillera San Jorge, Madrigueras (AB).
- Taudiseño Industrial Albacete S.L.
- Transformados Metálicos Romica S.L.U. (AB).
- Viuda de Julián Núñez S.A. (AB).
- Walter S.A., La Roda (AB).
- Elvira Rodenas. Socia Honorífico (AB).
- Aceros Llobregat (Barcelona).
- Cuchillería Barbudo (Madrid).
- Navajas FV, Taramundi (Asturias).
- JAPALM Activos Industriales (AB).
- ECM Asesores (AB)



Actual sede de APRECU.  
Fuente: Archivo APRECU.

## COMPETIDORES

Podemos incluir en este apartado de públicos un subapartado o su epígrafe que mencione de forma esquemática su competencia o competidores.

Actualmente, APRECU cuenta con algunos competidores, Asociaciones Empresariales ubicadas en otros sectores de Albacete. Señalaremos algunos de ellos, a nivel local, pero que no están especializados solo en único sector como APRECU, este hecho diferencia a nuestra asociación aportando una seña de distinción y diferenciación en su favor:

- FEDA: Confederación de Empresarios de Albacete ([www.feda.es](http://www.feda.es)). Aunque APRECU, como asociación, se encuentra incluida en FEDA (forma parte de ella), sí que resulta una competencia directa puesto que algunas de sus empresas también están asociadas en FEDA y podría suponer una duplicidad de servicios.
- ADECA: Asociación de Empresarios del Polígono Campollano, de Albacete. ([www.adeca.com](http://www.adeca.com)) Sin duda, esta es nuestra competencia más directa y fuerte. Si bien debemos de identificar nuestras diferencias, también sería interesante aunar esfuerzos colectivos e incluso emplear tácticas de colaboración entre ambas Asociaciones.
- AJE: Asociación de Jóvenes Empresarios de Albacete. ([www.ajealbacete.com](http://www.ajealbacete.com)) AJE aglutina a jóvenes empresarios de la provincia de Albacete con el objetivo de apoyar, motivar, orientar, estimular y canalizar las iniciativas empresariales de los jóvenes emprendedores y empresarios de la provincia. Por tal motivo también, como en el caso de FEDA, resulta ser un competidor directo.



## 7. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN: Plan de Comunicación.

“Un Plan Estratégico de Comunicación no existe porque sí, existe para contribuir a que la organización logre sus objetivos y haga realidad su misión y visión” Aljure, A. (2016).

El Plan de Comunicación que nos ocupa se llevará a cabo de enero de 2017 a enero de 2018. En este caso se seguirá una estrategia de comunicación que permita conseguir el objetivo propuesto. Con motivo de la celebración del 40 aniversario de APRECU se desarrollarán una serie de acciones con el objetivo estratégico de: ***“posicionar a APRECU como asociación líder en la reivindicación en favor de la consecución de un Reglamento de Identificación Geográfica de garantía de origen de los productos de cuchillería a nivel europeo”***.

### 7.1. Objetivos de Comunicación.

Seguidamente expondremos los objetivos que se plantean conseguir con el siguiente Plan de Comunicación:

- Dar a conocer la trayectoria de APRECU a lo largo de cuatro décadas.
- Aumentar la visibilidad de la Asociación a nivel regional.
- Incrementar el número de asociados.
- Contar con una base documental ordenada de la historia de APRECU.
- Rescatar la historia de APRECU.
- Reconocer públicamente el papel determinante de los presidentes y de las Juntas Directivas de APRECU a lo largo de los cuarenta años.
- Reconocer la labor de las instituciones públicas y privadas que colaboran con APRECU.
- Destacar al gremio de los cuchilleros y a los socios.
- Nombrar la figura del Cuchillero Mayor del Año 2017.
- Creación de un documental de la historia de la cuchillería albaceteña.
- Crear un vídeo institucional de APRECU en relación con su trayectoria.
- Reconocer públicamente los grandes hitos de APRECU
- Destacar a los premiados en los certámenes de los Concursos Regionales de Cuchillería y Literario “Juan José García Carbonell”.
- Dar a conocer la Declaración de Interés Cultural en la categoría de inmaterial para la Cuchillería Albaceteña y su Navaja Clásica.
- Liderar la reivindicación en favor de la defensa del consumidor.
- Conseguir el Reglamento europeo que regule las Identificaciones Geográficas Protegidas sobre los productos de la cuchillería.
- Ganar reputación y presencia mediática.

## 7.2. Estrategia de Comunicación:

La estrategia de comunicación se concibe como herramienta de planificación que aúna de forma global, integral y coherente los objetivos generales, las tácticas, los mensajes, las acciones, los indicadores, los instrumentos y los plazos que la organización va a poner en juego para trasladar su imagen y su mensaje al exterior en un período determinado. Por tanto, la estrategia de comunicación se apoyará en la conmemoración del cuarenta aniversario de la Asociación de Cuchillería y Afines, con el fin de alcanzar un impacto en la sociedad de gran envergadura. En relación con su objetivo estratégico a lo largo del año se han desarrollado una serie de acciones que, finalmente, han sido presentadas el pasado día 10 de septiembre en la tradicional Comida de Hermandad que APRECU celebra desde hace casi cuatro décadas. Esta ha sido la puesta de largo de una serie de acciones que se redireccionan de forma recíproca con el objetivo estratégico de *“posicionar a APRECU como asociación líder en la reivindicación en favor de la consecución de un Reglamento de Identificación Geográfica de garantía de origen de los productos de cuchillería a nivel europeo”*.

### 7.2.1. Acciones.

Logramos conseguir todos los anteriores objetivos expuestos y, por supuesto, el objetivo estratégico global por medio de las siguientes acciones:

- Elaboración de una Memoria que recoge los grandes hitos conseguidos por APRECU, entrevistas a los expresidentes, reportajes, etc.
- Elaboración de un vídeo corporativo y conmemorativo de los cuarenta años de trayectoria protagonizado por los expresidentes de APRECU.
- Organización y desarrollo de un acto institucional de reconocimientos en conmemoración del 40 aniversario, con la asistencia de representantes de los gobiernos locales, provinciales, regionales y nacionales.
- Acto del Concurso Regional de la Cuchillería donde se reconoce a los premiados de la edición relativa al año 2017, con la asistencia de representantes de los gobiernos locales, provinciales, regionales y nacionales.
- Reconocimiento público de la Declaración de Bien de Interés Cultural a la Cuchillería y a la Navaja Clásica Albaceteña, con la asistencia de representantes de los gobiernos locales, provinciales, regionales y nacionales.

Todas estas acciones se encaminan a buscar el reconocimiento social y a la búsqueda de distinciones como el BIC que avalen la defensa y reivindicación del Reglamento de Identificación Geográfica de garantía de origen de los productos de cuchillería a nivel europeo.

### 7.2.2. Técnicas de comunicación.

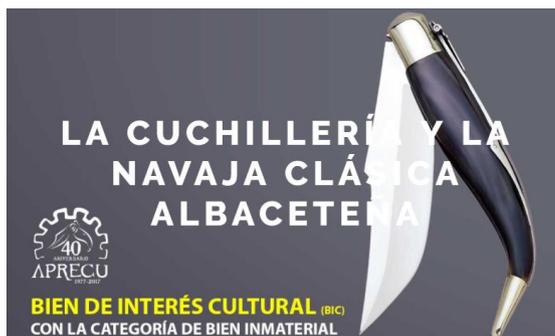
Entre las técnicas de comunicación empleadas en la consecución de los objetivos marcados debemos destacar:

- las relaciones con los medios de comunicación a través de notas de prensa y convocatorias de prensa.
- las relaciones institucionales con los principales públicos (Ayuntamiento, Diputación Provincial o Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha).
- relaciones con los asociados de APRECU por medio de la web corporativa y de las redes sociales.
- Comunicación a nivel organizativo interno: reuniones, emails o material corporativo audiovisual.

### 7.2.3. Mensajes.

De acuerdo a los públicos los mensajes varían y se emplean unos canales y otros. Podemos destacar algunos de los mensajes tradicionales que este Plan cobran especial interés:

- *AB Cuchillería de Albacete.*
- *BIC para la Cuchillería y la Navaja Clásica Albaceteña*
- *Nace una nueva marca como un único objetivo: La defensa del consumidor.*
- *Ser Socio, un valor añadido.*
- *Albacete y su cuchillería.*



**NACE UNA NUEVA MARCA COMO UN ÚNICO OBJETIVO  
LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

Fuente: <http://www.aprecu.com/>

### 7.2.4. Canales, soportes y medios.

Los canales empleados son los que en la actualidad tiene APRECU:

- Página web corporativa de APRECU (<http://www.aprecu.com/>)

Este es el principal canal de difusión en el que se enmarcan todas las noticias de interés para los públicos de la asociación. Cuenta con la información referente a la asociación, los objetivos, actividades, asociados, actualidad y contacto. A través del mapa web se puede acceder a una variada información que se relaciona con otros canales online (Facebook, YouTube, Twitter o Google+). Además, cuenta con un apartado de Newsletter donde se puede realizar la suscripción al boletín de carácter mensual.

- Social Media: aquí se publican las noticias más destacadas relacionadas con la Asociación. De acuerdo a cada canal y soporte se emplean los mensajes más adecuados con el fin de no publicar los mismos y duplicar los mensajes.

Twitter: @aprecu. <https://twitter.com/aprecu>

Facebook: Asociación de Cuchillería y Afines de Albacete – Aprecu. <https://www.facebook.com/AsociacionDeCuchilleriaYAfinesDeAlbaceteAprecu/>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/AprecuAB>. Interesantes vídeos de las actividades realizadas por artesanos cuchilleros o por APRECU.

Google+: <https://plus.google.com/114728076794473998888>



Autora: Raquel Haro Herreros.

Tutora: Lorena López Font.

### 7.3. Cronograma y calendarización.

Las acciones que se han planteado se desarrollan de acuerdo a un ejercicio de calendarización o cronograma. Este apartado resulta de vital importancia, puesto que el día 10 de septiembre se presentarán las acciones en los diferentes actos organizados.

ACCIÓN 1	DESARROLLO	FECHA Y LUGAR
<p>Elaboración de una Memoria que recoge los grandes hitos conseguidos por APRECU, entrevistas a los expresidentes, reportajes, etc. (ANEXO 11)</p>	<p><b>Gestión:</b> Será imprescindible coordinar la elaboración de la Memoria. Para ello se ha contado con el apoyo de una empresa externa que maquetará los contenidos de la revista, AB Destino Albacete. El trabajo será coordinado por la secretaria técnica de APRECU en colaboración con la autora del TFM, Raquel Haro, y con la empresa anteriormente citada. Además, Raquel Haro, se encargará de organizar las agendas de los expresidentes para realizar las entrevistas.</p> <p><b>Desarrollo:</b> La Memoria ha ocupado gran parte del trabajo durante los meses de verano. Se han diseñado una batería de preguntas para cada expresidente con el fin de realizar las entrevistas. Además, ha sido muy importante dedicar meses a la búsqueda de documentación en el archivo de APRECU y en el Museo Municipal de la Cuchillería para poder desarrollar el apartado de cronología.</p> <p><b>Justificación:</b> Esta acción resulta ser fundamental para poder mostrar a todos los públicos el trabajo desarrollado a lo largo de cuarenta años en un sector que ha sufrido los vaivenes de la economía, los altos y bajos de un gremio tradicional que ha sabido adaptarse a la tercera revolución industrial.</p>	<p>Esta acción se ha desarrollado a lo largo de los meses de mayo a finales de agosto.</p> <p>Los lugares han sido: el Museo Municipal de la Cuchillería, lugar de grabación de las entrevistas, en la sede de APRECU y en los archivos de la asociación. La Memoria se presenta el día 10 de septiembre en el acto institucional de la Comida de Hermandad que todos los años APRECU celebra con un total de 200 invitados de entre los que destacan grandes personalidades.</p>

ACCIÓN 2	DESARROLLO	FECHA Y LUGAR
<p>Elaboración de un vídeo corporativo y conmemorativo de los cuarenta años de trayectoria protagonizado por los expresidentes de APRECU.</p>	<p><b>Gestión:</b> Esta acción se ha llevado a cabo gracias a la colaboración de una empresa externa, Aron Multimedia, afincada en Albacete. Gracias a esta productora de televisión y consultora de comunicación se ha podido desarrollar un video institucional de los cuarenta años de APRECU.</p> <p><b>Desarrollo:</b> el vídeo ha sido coordinado por la secretaria técnica de APRECU, M<sup>a</sup> José Palacios, y por Raquel Haro. Las grabaciones se han realizado en el Museo de la Cuchillería de Albacete. También se han utilizado recursos recogidos de archivos documentales de la propia productora, del Museo Municipal de la Cuchillería y de APRECU. El material recogido servirá para un posterior documental, que editará la productora junto con APRECU, en un futuro. El tema será la cuchillería albaceteña, APRECU y su legado histórico.</p> <p><b>Justificación:</b> Esta acción resulta ser fundamental para poder mostrar a todos los públicos el trabajo desarrollado a lo largo de cuarenta años en un sector que ha sufrido los vaivenes de la economía, los altos y bajos de un gremio tradicional que ha sabido adaptarse a la tercera revolución industrial.</p>	<p>El vídeo institucional fue grabado entre los meses de julio y agosto de 2017 en función de la disponibilidad de los protagonistas, expresidentes de APRECU. Además, se han grabado recursos en los talleres artesanos de los cuchilleros afincados en Albacete y socios de APRECU.</p>

<b>ACCIÓN 3</b>	<b>DESARROLLO</b>	<b>FECHA Y LUGAR</b>
<p>Organización y desarrollo de un acto institucional de reconocimientos en conmemoración del 40 aniversario, con la asistencia de representantes de los gobiernos locales, provinciales, regionales y nacionales</p>	<p><b>Gestión:</b> El acto de mayor relevancia es el que corresponde con esta acción. La gestión ha sido desarrollada por la secretaria técnica de APRECU en relación con su presidenta y con Raquel Haro.</p> <p><b>Desarrollo:</b> Esta acción consiste en un acto institucional al que asisten los principales representantes de todos los ámbitos (sociales, empresariales, económicos, culturales, políticos, etc.) Más de 200 personas se reúnen para reconocer la labor de APRECU. El acto debe estar coordinado con los diferentes gabinetes de prensa de las principales administraciones públicas. Este acto se comienza a organizar en el mes de agosto. <i>(ANEXO 12, 13 y 14)</i></p> <p><b>Justificación:</b> Esta acción resulta ser fundamental para poder mostrar a todos los públicos el trabajo desarrollado a lo largo de cuarenta años en un sector que ha sufrido los vaivenes de la economía, los altos y bajos de un gremio tradicional que ha sabido adaptarse a la tercera revolución industrial.</p>	<p>10 de septiembre a las 13.30h., en el Hotel Santa Isabel de Albacete.</p>

<b>ACCIÓN 4</b>	<b>DESARROLLO</b>	<b>FECHA Y LUGAR</b>
<p>Acto del Concurso Regional de la Cuchillería donde se reconoce a los premiados de la edición relativa al año 2017, con la asistencia de representantes de los gobiernos locales, provinciales, regionales y nacionales.</p>	<p><b>Gestión:</b> Este es un acto institucional en el que la gestión ha sido desarrollada por la secretaria técnica de APRECU en relación con su presidenta y con Raquel Haro.</p> <p><b>Desarrollo:</b> Esta acción consiste en un acto institucional al que asisten los principales representantes de todos los ámbitos (sociales, empresariales, económicos, culturales, políticos, etc.). El acto debe estar coordinado con los diferentes gabinetes de prensa de las principales administraciones públicas. Este acto se comienza a organizar en el mes de agosto. (ANEXO 15)</p> <p><b>Justificación:</b> Esta acción se justifica dada la importancia que tiene el mantenimiento del tradicional Concurso Regional de Cuchillería, en él los artesanos cuchilleros compiten por la consecución de unos premios valorados económicamente y patrocinados por instituciones públicas y privadas. Las piezas ganadoras, además, forman parte, posteriormente, del Museo Municipal de la Cuchillería de Albacete.</p>	<p>8 de septiembre a las 13.45h., en el Recinto Ferial de la Feria de Albacete. En la sala de exposiciones de APRECU.</p>

<b>ACCIÓN 5</b>	<b>DESARROLLO</b>	<b>FECHA Y LUGAR</b>
<p>Reconocimiento público de la Declaración de Bien de Interés Cultural a la Cuchillería y a la Navaja Clásica Albaceteña, con la asistencia de representantes de los gobiernos locales, provinciales, regionales y nacionales. Asiste también la presidenta de APRECU y las personas relacionadas con el BIC.</p>	<p><b>Gestión:</b> Este es un acto institucional en el que la gestión ha sido desarrollada por el gabinete de prensa y relaciones institucionales de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y la secretaria técnica de APRECU en relación con su presidenta y con Raquel Haro.</p> <p><b>Desarrollo:</b> Esta acción consiste en un acto institucional al que asisten los principales representantes de todos los ámbitos (sociales, empresariales, económicos, culturales, políticos, etc.). El acto tuvo lugar en el stand que la JCCM tiene en el Recinto Ferial donde se celebra la Feria de Albacete. Se trata de un acto sencillo en el que se convoca a los medios de comunicación y se reconocen los BIC que el Gobierno Regional declara en el año 2017. Es destacable que Raquel Haro ha realizado el informe de más de 100 páginas que argumenta esta Declaración. Este trabajo previo y costoso a nivel burocrático y de documentación se realizó en el año 2016 y se materializa en septiembre de 2017 aprovechando los actos conmemorativos de APRECU. ANEXO</p> <p><b>Justificación:</b> La Justificación de esta acción desarrollada en colaboración con la JCCM se entronca con el objetivo estratégico de este Plan, puesto que es un paso más en la consecución de Declaraciones para la cuchillería que acreditan la defensa de los productos frente a los consumidores.</p>	<p>15 de septiembre a las 12.30h., en el Recinto Ferial de la Feria de Albacete. Stand la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.</p>

#### 7.4. Presupuesto.

El presupuesto para la realización del Plan de Comunicación y la colaboración en el desarrollo de las acciones asciende a 2.000 euros.

#### PREPUESTO

<p><i>Plan de Comunicación: elaboración y asesoría.</i>  <i>Relaciones Institucionales.</i>  <i>Reuniones de coordinación.</i></p>	<p>1.000 euros.</p>
<p><i>Desarrollo y colaboración de las acciones: elaboración de textos, realización de entrevistas, coordinación de la Memoria y del vídeo corporativo.</i>  <i>Reuniones de seguimiento.</i></p>	<p>1.000 euros.</p>

#### 7.5. Sistemas de evaluación.

El presente Plan de Comunicación debe evaluado posteriormente, para poder valorar el grado de consecución de los objetivos propuestos. La evaluación es uno de los pilares fundamentales dentro del Plan de Comunicación ya que la determinación de indicadores nos servirá para analizar objetivamente el éxito o el fracaso de nuestro Plan estratégico. De tal forma, para las acciones planteadas expondremos, seguidamente, los indicadores que nos ayudarán evaluar nuestra acción y así lograr la consecución del objetivo estratégico marcado.

Es necesario realizar una evaluación o valoración interna y externa. Mediremos los objetivos post-evento por medio de la elaboración de un press-clipping o dossier de prensa que incluya los impactos mediáticos (prensa escrita, digital, tv, radio, redes sociales, etc.). Evaluaremos cuantitativamente la respuesta de los públicos invitados, realizando un recuento pormenorizado para observar si la convocatoria ha satisfecho nuestras expectativas iniciales.

Cualitativamente a corto y medio plazo observaremos el grado de consecución de nuestro objetivo en la medida de que nuestro stahenholders tengan presentes a APRECU, sobre todo los agentes del sector económico e institucional en lo relativo a la consecución del gran objetivo estratégico.

Otra de las herramientas para evaluar el grado de consecución de nuestro objetivo estratégico será el análisis del censo de asociados de APRECU. Si tras el desarrollo de estas acciones y de otras futuras que se puedan añadir el censo ha aumentado será síntoma de que estamos haciendo bien las cosas.

La encuesta de satisfacción será otro de los instrumentos que nos ayudarán a evaluar el Plan Estratégico y que podemos pasar a los asociados.

Sin duda, su opinión será quien evalúe el Plan. Los socios incidirán activamente en la reputación de la marca. Debemos sumar el impacto mediático y, lógicamente, el buen hacer de la organización (sobre todo en materia transparencia en cuanto a la gestión).

Realizaremos un análisis comparativo cualitativo y cuantitativo entre los objetivos propuestos y las metas conseguidas o ejecutadas. Dentro de este análisis debemos significar alternativas y reflexiones en el caso de no conseguir alguno de los objetivos o encontrar algún obstáculo.

Debemos analizar cuestiones sobre la gestión del tiempo, si los actos se han desarrollado en tiempo y forma. Sobre los medios y soportes en el acto de Hermandad, si han sido adecuados. Analizar la comida (si ha sido suficiente y al gusto de los comensales...). Es imprescindible analizar cada uno de los elementos de los actos.

Como análisis de evaluación externo, enviaremos un email de agradecimiento a las autoridades asistentes, empresarios, socios etc.

*“En definitiva, indicadores como los que planteamos en esta práctica permiten verificar si se están usando los recursos según el plan y si éstos están siendo eficientes. Es muy importante plantear los indicadores desde una perspectiva de control y gestión y también de control de impacto”.* (Magdalena Mut Camacho).

## **8. CONCLUSIONES.**

A modo de conclusión quiero destacar y agradecer la colaboración que APRECU ha mostrado para el desarrollo de este Plan de Comunicación que he podido comprobar cómo se ha puesto en marcha a lo largo de los meses de mayo a septiembre. Ha sido una enorme satisfacción poder poner en marcha los contenidos teóricos y prácticos que se cursado a través de este Máster de Comunicación.

Tengo que reconocer que tras este esbozo del trabajo realizado durante meses ha sido muy duro e intenso, puesto que la documentación de archivo no estaba organizada, con lo que el trabajo ha sido complejo. También quiero destacar que me hubiera gustado poder mostrar la puesta de largo de las acciones que han tenido lugar en los primeros días del mes de septiembre. Espero poder proyectar en la presentación, el día de mi defensa, algún vídeo o imagen que pueda sintetizar las emociones que el sector cuchillero ha vivido durante estos intensos días y que responden a un trabajo bien planificado.

He de agradecer en estas conclusiones finales el trabajo de colaboración y ayuda prestada por mi tutora en esta línea del Máster. Gracias a Lorena López Font por animarme e ilusionarme en esta andadura.

Por último, confío en que este trabajo asiente las directrices y las estrategias futuras de una asociación a la que le tengo demasiado cariño. Es una enorme satisfacción finalizar este TFM consiguiendo una importante Declaración de Interés de Bien Cultural. Ponemos el este modesto broche final a esta particular aportación a siglos de identidad cuchillera.

## 9. BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN.

- Costa, J. (2014). *El DirCom hoy: Dirección y Gestión de la Comunicación en la nueva economía*. Costa Punto Com.
- Costa, J. (2003). *Imagen corporativa. Influencia en la gestión*. Madrid, España: Fundesco.
- Wiener, N., & Wiener, N. (1981). *Cibernética y sociedad* (No. 001.53 W5).
- Aljure, A. (2016). *El plan estratégico de comunicación: método y recomendaciones prácticas para su elaboración*. Editorial UOC.
- Font, L. L., & Cambra, U. C. (2012). *Comunicación corporativa y redes sociales: cambiarlo todo para que nada cambie*. adComunica, (3), 23-25.
- Estanyol Casals, E. (Ed.). (2016) *¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?* Editorial UOC.
- Casares, D. (n.d.) *et al Manual de buenas prácticas comunicativas en asociaciones y organizaciones y profesionales*. Club Korazza.
- GRUNIG J. y REPPER, F. (1992): "Strategic Management, Publics, and Issues", en Grunig, J. (Ed): *Excellence in Public Relations and Communication Management, Ed. Lawrence Erlbaum, Hillsdale (USA), pp. 117157*.
- Zapata, L. (2013). "Joan Costa gurú de la comunicación corporativa". *Revista Oficial del DirCom. Imagen y Comunicación*. Marzo, pp. 14-18.
- Pérez R, Alberto (2003). *Estrategias de Comunicación*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Johnsson, H., & Fleta, L. S. (1991). *La gestión de la comunicación: guía profesional*. Ediciones de las Ciencias Sociales.
- Campo, C. J. (2015). *Periodismo de marcas: fundamentos, operativa, transformación empresarial y perspectiva económica*. (UOC, Ed.). Barcelona.
- CEES, B.M .Van Riel. *Comunicación Corporativa*. Madrid. Editorial Prentice Hall.1997.
- Losada Díaz, José Carlos (Coord.). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Ariel, Barcelona, 2004.

- López Triana y Sotillo (2009). “La gestión de los recursos intangibles empresariales”. *Cuadernos de Gestión del Conocimiento Empresarial*. Número 11.
- Villafañe, J. (2004). *La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas*. Madrid, Pirámide.
- Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Málaga: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.

## WEBGRAFÍA

- Susana Cervera. <https://susanacervera.wordpress.com/2013/09/18/los-tres-conceptos-basicos-en-la-empresa-mision-vision-y-valores/> Recuperado el 20 de agosto de 2017.
- Villafañe, J. (2005). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Instituto Tecnológico de Monterrey México DF. <https://octavioislas.files.wordpress.com/2011/08/la-gestion-profesional-de-la-imagen-justo-villafane.pdf>. Recuperado el 23 de agosto de 2017.
- Asociación de Directivos de Comunicación (2017). <http://www.dircom.org/> Recuperado el 3 de septiembre de 2017.
- Comunicación Estratégica II. Universidad Nacional de Rosario. Revisado el 15 de agosto de 2017 desde <http://comunicacionestrategica2.blogspot.com.es/>
- Directivos CEDE (2009) <http://www.directivoscede.com/sites/default/files/document/conocimiento/31-07-2013/15cuaderno0000005399.pdf> Recuperado el 5 de septiembre de 2017.
- APRECU (2017). <http://www.aprecu.com/> Recuperado el 15 de agosto de 2017.
- Museo Municipal de la Cuchillería de Albacete (2017). <http://www.museocuchilleria.es/> Recuperado 10 julio 2017.
- APRECU Twitter: @aprecu. <https://twitter.com/aprecu>. Recuperado el 12 de septiembre de 2017.
- APRECU Facebook: *Asociación de Cuchillería y Afines de Albacete – Aprecu*. <https://www.facebook.com/AsociacionDeCuchilleriaYAfinesDeAlbaceteAprecu/> #. Recuperado el 12 de septiembre de 2017.
- APRECU YouTube: <https://www.youtube.com/user/AprecuAB>. Recuperado el 12 de septiembre de 2017.
- APRECU Google+: <https://plus.google.com/114728076794473998888>. Recuperado el 12 de septiembre de 2017.

- La Cerca.com. [http://www.lacerca.com/noticias/castilla\\_la\\_mancha/presidente-augura-viene-gran-ano-cuchilleria-albacetena-381799-1.html](http://www.lacerca.com/noticias/castilla_la_mancha/presidente-augura-viene-gran-ano-cuchilleria-albacetena-381799-1.html). Recuperado el 12 de septiembre de 2017.





**APRECU**

ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE EMPRESARIOS DE CUCHILLERÍA Y AFINES  
C.I.F. 0-000000

PERA, 10 - 1.º

TELÉFONO 21 53 20

02005 ALBACETE

*Posterior Asamblea 96*

PRESIDENTE

AMOS NÚÑEZ JUAN  
Vía de Julian Nuñez, S.A.  
Apartado de Correos 5089  
02080 ALBACETE  
Teléfono 21 53 68 // FAX 24 14 61

VICEPRESIDENTE PRIMERO

MIGUEL NIETO GARCIA  
Miguel Nieto, S.L.  
Apartado 5209 - Campollano  
02080 ALBACETE  
Teléfono 24 26 12 // FAX 24 27 15

VICEPRESIDENTE SEGUNDO

ROBERTO ARCOS GALIANO  
Arcos Hermanos, S.A.  
Apartado de Correos 272  
02080 ALBACETE  
Teléfono 21 02 61 // FAX 24 13 18

SECRETARIO

JOSE Vta. HERMOSA ANDUJAR  
Cuchillería Andujar, S.L.  
Apartado 5097 - Campollano  
02080 ALBACETE  
Teléfono 52 45 35 // FAX 52 45 36

TESORERO

ANTONIO LOPEZ ANDRES  
Auxiliar de Cuchil. Industrial, S.L.  
Apartado 5267 - Campollano  
02080 ALBACETE  
Teléfono 24 03 27 // FAX 24 03 27

VOCALES

LUIS BLEDA VALERA  
Comercial Cuchillera, S.L.  
Apartado 5045 - Campollano  
02080 ALBACETE  
Teléfono 21 95 45 // FAX 24 26 32

MIGUEL CAULIN LOPEZ  
Industrias Mical, S.A.  
Apartado 5034  
02080 ALBACETE  
Teléfono 21 48 10 // FAX 24 13 78

JOSE CASTAÑEDA TUDELA  
"Crowning"  
Calle "I", número 8.- Campollano  
02006 ALBACETE  
Teléfono 52 07 75 // FAX 52 16 28

FEDERICO JIMENEZ VALERA  
Cuchillería Jimenez Hermanos, S.L.  
Avenida de Levante, Km. 1  
02230 MADRIGUERAS, Albacete  
Teléfono 48 40 72 // FAX 48 61 20

JOSE MEDRANO FERNANDEZ  
Cuchillería Medrano, S.A.  
Rios Rosas núm. 100 (bajos)  
02004 ALBACETE  
Teléfono 22 09 62 // FAX 23 67 21

CESAREO SANCHEZ SANCHEZ  
Cudemán, S.A.L.  
Apartado 5138 - Campollano  
02080 ALBACETE  
Teléfono 24 29 10 // FAX 24 29 16

VOCAL COLABORADOR

FRANCISCO J. GONZALEZ MARTINEZ  
Cuchillería Andujar, S.L.  
Apartado 5097 - Campollano  
02080 ALBACETE  
Teléfono 52 45 35 // FAX 42 45 36

DIRECTOR TÉCNICO

FRANCISCO PASCUAL ALARCON  
Asoc. Emp. Cuchillera - Aprecu  
Apartado 777  
02080 ALBACETE  
Teléfono 21 82 20 // Fax 24 61 31

ALBACETE a 11 de OCTUBRE de 1996

**ANEXO 2**  
**Fuente: Archivo APRECU**



Pol. Ind. Campollano, C-E nº 21-B (P)  
Tfno. 967 21 92 20  
Fax 967 24 61 31  
www.aprecu.com  
aprecu@aprecu.com  
Apdo. Correos 5286  
02080 ALBACETE (España)

## NUEVA JUNTA DIRECTIVA DE APRECU

### **PRESIDENTE**

**LUIS BLEDA VALERA**  
Cuchillería M. Rojas, S.L.  
Apto. 5017 -Campollano  
02080-ALBACETE  
Tfno.: 967-210582 Fax: 967-240911

### **VICEPRESIDENTE**

**JOSE R. MARTINEZ MARTINEZ**  
Cuchillería Jekar, S.L.  
Polig. Campollano-Avda. 2 nº 23  
02007-ALBACETE  
Tfno.: 967-521770 Fax: 967-521733

### **SECRETARIO**

**JOSÉ VTE. HERMOSA ANDUJAR**  
Cuchillería Andújar, S.L.  
Apto. 5087 -Campollano  
02080-ALBACETE  
Tfno.: 967-524535 Fax: 967-524536

### **TESORERO**

**FRANCISCO CIFUENTES GARCIA**  
Cuchillería Frademí, S.L.  
Polig. Campollano of. A nº 15  
02007-ALBACETE  
Tfno.: 967-523096 Fax: 967-521399

### **VOGALES**

**JOSÉ CASTAÑEDA TUDELA**  
"Crowing"  
Calle "H", nº 8-Campollano  
02006-ALBACETE  
Tfno.: 967-520775 Fax: 967-521628

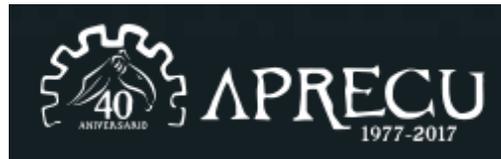
**JOSE JAVIER DIAZ LOPEZ**  
D.S.M. Matriceria, S.L.L.  
Polig. Campollano of. A nº 6 Parc. F  
02007-ALBACETE  
Tfno.: 967-246823 Fax: 967-246823

**JUAN ANDRES BARBERO GARCIA**  
Cuchillería Hnos. Barbero, S.L.  
C/ Olmo nº 10  
02005-ALBACETE  
Tfno.: 967-230318 Fax: 967-222191

**ANDRÉS RODIEL ORTÍZ**  
Sociedad Cooperativa San Jorge  
Carretera de Iniesta, s/n  
02230-Madrigueras-ALBACETE  
Tfno.: 967-484214 Fax: 967-484600

*Albacete, 3 de Abril de 2001*

**ANEXO 3**  
**Fuente: Archivo APRECU**



Mª PILAR JIMÉNEZ GARCÍA  
Presidenta de APRECU de  
2017 hasta la actualidad.



JUAN ANDRÉS BARBERO GARCÍA  
Presidente de APRECU de  
2003 a 2016.



JOSÉ RAMÓN MARTÍNEZ  
MARTÍNEZ  
Presidente de APRECU de  
2002 a 2003



LUÍS BLEDA VALERA  
Presidente de APRECU de  
2001 a 2002.



AMÓS NÚÑEZ JUAN  
Presidente de APRECU de  
1996 a 2001.



JOSÉ EXPOSITO PICAZO  
Presidente de APRECU de  
1990 a 1996.



ANTONIO RAMÍREZ CARBONERAS  
Presidente de APRECU de  
1979 a 1990.



FRANCISCO HERNÁNDEZ SÁEZ  
Presidente de APRECU de  
1977 a 1979.

### PRESIDENCIAS JUNTAS DIRECTIVAS APRECU (1977-2017)

ANEXO 4  
Fuente:  
<http://www.aprecu.com/aprecu/historia>

**ANEXO 5**  
**Fotografías Juntas Directivas APRECU**



José Expósito y miembros Junta Directiva. Presidente APRECU 1990-1996. Fuente: Archivo fotográfico APRECU

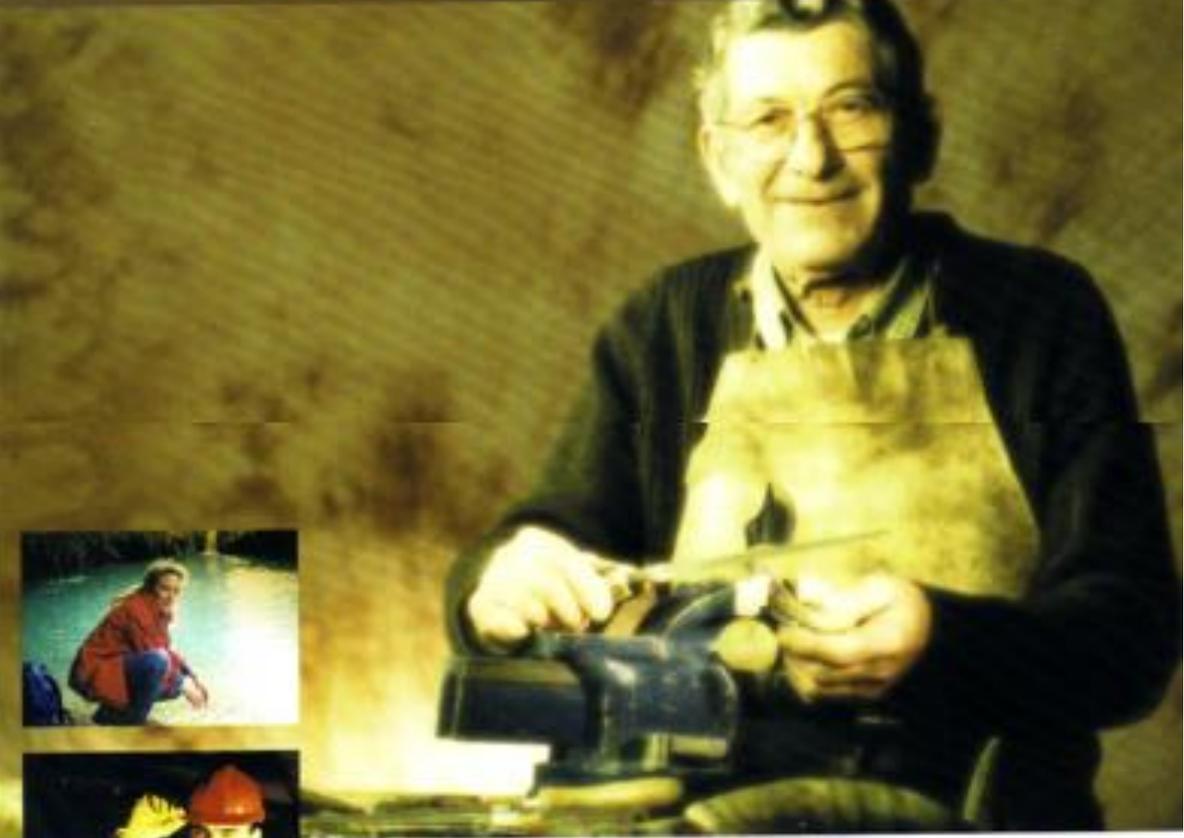


Primera Sede APRECU. Fuente: Archivo fotográfico APRECU

**ANEXO 6.** CAMPAÑA “ÚTILES CON TODAS LAS DE LA LEY. La Navaja Legal no es un arma”. 1999.  
Fuente: Archivo fotográfico APRECU

Cuchillería de Albacete

# ÚTIL CON TODAS LAS DE LA LEY



Generación tras generación  
nuestros artesanos se esfuerzan  
para que su trabajo sea  
una tradición viva.

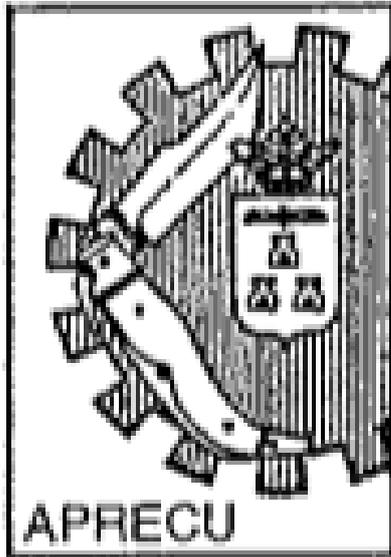
Y, cada día  
nuestros productos  
son útiles en manos  
de la buena gente.

**LA NAVAJA LEGAL  
NO ES UN ARMA**



**EVOLUCIÓN IMAGEN CORPORATIVA DE APRECU.**

Desde los años 90 hasta la actualidad.



**Si quiere calidad  
exija esta marca**



**ANEXO 7**  
**Fuente: Archivo APRECU**

**EVOLUCIÓN IMAGEN CORPORATIVA DE APRECU.  
NUEVA IMAGEN DE MARCA AB CUCHILLERÍA DE  
ALBACETE.**



The advertisement features a pocket knife with a silver blade and a dark handle with a gold-colored guard, set against a dark background with faint silhouettes of trees and buildings. To the right, a white curved banner contains the APRECU logo, which consists of a stylized hand holding a gear. Below the logo, the text reads "APRECU Asociación de Cuchillería y Afines". A small logo for "AB CUCHILLERÍA DE ALBACETE" is also present. The text below the logo states: "Nace una nueva marca con un único objetivo: La defensa del consumidor. Cinco siglos fabricando cuchillos, navajas y tijeras avalan la calidad de los productos realizados en Albacete. La Cuchillería de Albacete es sinónimo de tradición, del trabajo bien hecho, sinónimo de calidad. Si quieres tener la seguridad de comprar productos de calidad en cuchillería, compra los productos que lleven este distintivo. Ahora y siempre Cuchillos de Albacete, cuchillos de calidad." At the bottom right of the banner, the website "www.aprecu.com" is listed.

**www.aprecu.com**

**ANEXO 8**  
**Fuente: Archivo APRECU**

→ ↻ ⓘ www.laverdad.es/hemeroteca/aprecu.html?pag=3

SECCIONES 🔍

## LA VERDAD

---

11-09-2010 02:16

**Los cuchilleros llaman a la unidad por un sector que está «en la cuerda floja»**



---

01-07-2010 02:51

**Los cuchilleros piden que actúe Consumo ante piezas de fuera que usan la marca de Albacete**



---

08-09-2006 00:00

**Apracu designa a Pérez Castell como Cuchillero Mayor del año**

---

29-07-2008 00:00

**Apracu otorgará a la Asociación de Periodistas el premio Cuchillero Mayor del 2008**

ANEXO 9

Fuente: <http://www.laverdad.es/hemeroteca/aprecu.html?pag=3>



**ANEXO 10.** Retransmisión directo Televisión Albacete desde el Salón de Exposiciones de la Cuchillería. Feria de Albacete 2003  
**Fuente:** Archivo fotográfico APRECU

**ANEXO 11.** Fragmentos de Entrevistas expresidentes de sacados de la Memoria 40 Aniversario APRECU.

Fuente: Elaboración propia. Coordinación y Textos Raquel Haro.

Antonio Ramírez Carboneras

**ANTONIO RAMÍREZ CARBONERAS PRESIDENTE DE APRECU: 1979-1990**

*La experiencia de la vida de un gran cuchillero se deja entrever en la mirada de Antonio Ramírez, el segundo de los presidentes de APRECU. Llega a la presidencia tras la fatídica muerte de Francisco Hernández Sáez y junto a un grupo de activos cuchilleros inician una andadura en favor del asociacionismo del sector cuchillero y salvando no pequeños obstáculos como los iniciales problemas sindicales, los de reconocimiento asociativo o la prohibición de las navajas automáticas. "No sé si me tocó a mí ser presidente por algún motivo en especial, el caso es que alguien tenía que hacerse cargo de la asociación para que el sector tuviera un cauce de representación ante la sociedad y las instituciones", inicia así Antonio su narración.*

**Gran conocedor de los comienzos de APRECU a finales de los 70, ¿cómo recuerda la puesta su puesta en marcha?**

La creación de APRECU vino determinada por la necesidad de que el sector cuchillero, como subsector del metal, pudiera estar representando dentro del contexto social de la época. Todos éramos del ramo metalúrgico, pero conformamos nuestro propio grupo en relación con la defensa de nuestros intereses y así formamos la asociación de cuchilleros y de empresas afines.

Los sindicatos, que acababan de nacer, venían poco menos que "a comerse el mundo", parecía que eran los amos y que había que pasar por todas. Es por eso que se crea APRECU, con el fin de defender los intereses empresariales. Bien es cierto que este sector estaba muy atomizado, en aquellos años había muchos empleados, mucha mano de obra intensiva. El sector era muy artesanal con muchas y pequeñas empresas con lo que las negociaciones en materia laboral fueron los primeros menesteres en los que andábamos metidos.

Posteriormente vinieron años de progreso, de mecanización, de especialización incluso. También, años de prohibiciones de fabricar determinados productos cuchilleros.



1988. Antonio Ramírez y José Jerez.

En los inicios ni tan siquiera teníamos secretaria técnica. La sede estaba en la calle de la Feria. Recuerdo que un chico nos echaba una mano por las tardes para las funciones más administrativas. Aquella primera Junta estaba compuesta por José Giraldo Losa, el mayor del grupo, Emilio Martínez Gómez Sáez, Pepe Castañeda y José Antonio Medrano. Todos ellos fueron un gran apoyo para mí, de no ser por ellos hubiera tirado la toalla en algún momento. (Quizá me olvide de alguno de ellos y lo siento).

## JOSÉ EXPÓSITO PICAZO PRESIDENTE DE APRECU: 1990-1996

*José Expósito precedió en la presidencia a Amós Núñez durante seis años. Maestro cuchillero conoce a la perfección el oficio artesano de la fabricación de navajas y ha sido ganador de múltiples premios y reconocimientos por sus piezas artesanas. Expósito ha sido uno de los grandes impulsores del Concurso de Cuchillería, de homenajear la figura del cuchillero y del reconocimiento a los mayores. Amante de la cultura y de la artesanía ha sido siempre una de las voces más críticas dentro de APRECU, su pasión por el sector cuchillero no tiene límites. Con el paso del tiempo revela que ha vuelto a sus orígenes, a la esencia a ser maestro cuchillero.*

**¿Cuándo entra en contacto José Expósito con APRECU?**

Al llegar del servicio militar me hice cargo del taller de mi padre, ubicado en aquellos años en el barrio de La Estrella. En el año 1977 ingreso en APRECU en representación de mi familia como vocal en la Junta Directiva liderada por Francisco Hernández Sáez, será en el año 1990 cuando pasaría a ser presidente.

**Implicado desde el principio en APRECU, ¿cómo recuerda los principios de esta asociación?**

APRECU nace como todas las asociaciones con el objetivo de tener mayor defensa ante nuestros intereses y reivindicaciones, sobre todo en aquella época de transición política en España. Una vez desaparecido el Sindicato Vertical tuvimos la necesidad de asociarnos todos los profesionales del sector cuchillero.

**¿Cuáles eran los retos a los que el sector se enfrentaba por aquellos años?**

Bueno, yo tuve la suerte de conocer, desde muy joven, APRECU y por tanto detectar aquello que faltaba o que no se estaba haciendo. Me puse manos a la obra junto con mi Junta Directiva. Una de las cosas que siempre tuve presente fue la de reconocer la labor de aquellos cuchilleros de la época de mi abuelo, y así fue como se

► **Una de las cosas que siempre tuve presente fue la de reconocer la labor de aquellos cuchilleros de la época de mi abuelo**

institucionalizó el reconocimiento a nuestros mayores cuchilleros. Siempre he creído en que nosotros mismos, el sector debemos reconocer la labor de nuestros colegas.

Quería también destacar y reconocer el papel de la profesión de cuchillero, en aquel entonces no tan reconocido desde el punto de vista de identidad cultural. Siempre me ha preocupado mucho el arraigo cultural de la cuchillería albaceteña desde hace miles de años. Había que entroncar la cultura con la cuchillería y por eso me dirigí a mi gran amigo Juan José García Carbonell. Juntos creamos el afamado Certamen Literario Juan José García Carbonell, que este año celebra su XXVIII edición. Yo fui el creador de la idea, pero el alma mater fue Juan José García Carbonell, él dio forma a las bases del concurso en sus dos modalidades de prosa y verso.

En una ocasión nos reunimos los cuchilleros con algunos representantes de la cultura, entre los que se encontraba Juan José García Carbonell o Rubí Sanz, directora del Museo Provincial, entre otros. Recuerdo una ocasión en la que mantuvimos una dura reunión sobre el proyecto del futuro Museo de la Cuchillería. En aquel entonces mi

1990. Reunión en Fuensalida con el Presidente José Bono



## AMÓS NÚÑEZ JUAN PRESIDENTE APRECU 1996-2001

*Amós Núñez Juan accede a la presidencia de APRECU a finales de 1996 hasta el año 2001. Su etapa viene marcada por el desarrollo de los más grandes proyectos cuchilleros de Albacete y una marcada actividad en APRECU que será recordada en años venideros. Amós logró posicionar a la cuchillería albaceteña en lo más alto por medio de reivindicaciones que llegaron al Congreso de los Diputados en abril de 1999 en favor de los derechos de la cuchillería.*



### **¿Cómo se constituye la Asociación de Cuchilleros y Afines de Albacete?**

APRECU se constituye al amparo de la Confederación de Empresarios de Albacete (FEDA). FEDA se constituyó como una Federación de Asociaciones y para ello era necesaria la existencia de asociaciones empresariales y por aquellos entonces tan solo existían las asociaciones del metal, de fontanería, la de comercio y pocas más. Un amigo mío, Perfecto López, y nosotros que ya teníamos una fábrica de mangos creamos APRECU con el objetivo de potenciar el asociacionismo y de apoyar a existencia

de FEDA. A todo esto, hay que añadir que en aquellos entonces se iniciaba la democracia y por ello la existencia de asociaciones y el movimiento sindical. Todo este contexto incidió en que los empresarios necesitáramos de asociaciones empresariales que respaldaran nuestros intereses y derechos frente a los sindicatos. Necesitábamos una voz de representación frente a los sindicatos.

Por otro lado, en aquellos años estaba Francisco Hernández Sáez, uno de los cuchilleros más importantes de la época quien tenía su taller en Batalla del Salado, era una persona muy activa, muy buen administrativo con grandes relaciones a todos los niveles, incluso con el sindicato antiguo, y se prestaba a fomentar y hacer asociacionismo. Trabajé como secretario junto a él, recuerdo que yo era el más joven de la directiva de APRECU, así me dedicaba a realizar los recaudos y a acompañarle siempre en esa labor inicial de captación de socios.

### **¿Cómo empezasteis a poner en marcha la asociación y a captar socios?**

En la primera época no fui de los que más trabajo, puesto que había otros compañeros que realizaron una labor magnífica. Mi relación con APRECU se debió también a mi situación profesional, siendo proveedor de todos los cuchilleros resultó una tarea relativamente sencilla acceder a los empresarios cuchilleros de Albacete. De tal forma, por mi casa pasaban casi todos los cuchilleros a comprar mangos de este modo mi relación era muy directa y facilitó el conseguir que todos ellos formaran parte de APRECU. Recuerdo que allí tenía las hojas de suscripción de asociado y todo el que pasaba por allí se inscribía. Preguntaban que qué era esto de APRECU y así

## LUIS BLEDA VALERA PRESIDENTE APRECU 2001 -2002

*Luis Bleda Valera estuvo ligado a la Junta Directiva de APRECU con anterioridad a su presidencia, durante el mandato de Amós Núñez (1996-2001). Tras la dimisión de Amós, Luis Bleda toma posesión del cargo de presidente de la nueva directiva, corria el año 2001, los nuevos proyectos se iban gestando a la espera de ver la luz. Bleda llevó a cabo una trayectoria continuista marcada por grandes hitos para el sector cuchillero albaceteño: el Museo de la Cuchillería y la Escuela de la Cuchillería.*

¿Cuál fue su relación con el sector cuchillero de Albacete y cómo llegó a formar parte de la Asociación de Cuchilleros de Albacete?

Entré en contacto con este sector en el año 1977, no era demasiado joven. Había pasado por muchos sectores en Albacete siempre ligado en el área comercial. Un gran amigo me dijo un día que mi futuro estaría en la cuchillería y me animó de tal forma que enero de 1977 entré en este sector y hasta hoy que todavía hay algún Bleda ligado a la a cuchillería albaceteña.

APRECU siempre ha sido una hermandad para nosotros los cuchilleros, es por eso que no era difícil entrar a formar parte del asociacionismo de APRECU, de hecho, esta ha sido siempre y es su razón de ser.

¿Cómo llega a la presidencia de APRECU?

En el año 2001, me tocó a mí tomar el relevo de APRECU y continuar la en la seda de lo que ya se había construido, que era mucho. En aquella época era cuando se estaba realizando el Museo de la Cuchillería y la Escuela de la Cuchillería ya llevaba un año y medio de andadura. Se trataba de llevar a cabo una línea continuista del trabajo que ya se había iniciado en el anterior mandato.

► **El museo de la cuchillería y la escuela fueron los grandes hitos del sector en albacete.**



Recuerdo que nos reuníamos muy a menudo y decidíamos periódicamente a quien le tocaba entrar en la Junta Directiva de forma muy amigable, siempre animando el hombro y trabajando en favor del sector. No recuerdo exactamente como se tomó la decisión de que llegara a ser presidente de APRECU, pero seguramente sería con un café a media mañana en el Polígono y alguien dijo: vamos Luis, ahora te toca a ti.

¿Cómo fue aquella tarea de llevar a cabo los grandes proyectos que marcarían un hito en la cuchillería albaceteña?

Toda la aquella Junta Directiva tuvimos un gran maestro y gracias a él fuimos dando pasos. Recuerdo que desde el Ayuntamiento nos llamaron y mantuvimos una reunión para trabajar en el gran proyecto del nacimiento de la Escuela de Cuchillería de Albacete. Tras este primer momento fuimos trabajando de forma conjunta hasta llegar a su inauguración.

A continuación, llegó el proyecto del Museo de la Cuchillería hasta que por circunstancias tuve me tuvo que relevar otro compañero, José Ramón Martínez Martínez.

En los inicios del año 2000, ¿cuál era la principal problemática a la que se enfrentaba el sector cuchillero?

Ya empezaba a tener cuerpo el asunto de las importaciones de países asiáticos. Ese fue el primer síntoma de empezar a notar algo de crisis en el sector. Hasta ese momento hubo unos años de crecimiento, pero a partir de esta fecha los países asiáticos empezaron a introducirse en toda España. Como consecuencia de este hecho

## JUAN ANDRÉS BARBERO GARCÍA PRESIDENTE APRECU 2003 -2016

*Juan Andrés Barbero heredero de la tradición familiar cuchillera albaceteña ha sabido conjugar la tradición con la revolución tecnológica que marcan los nuevos tiempos. Su presidencia abrió a APRECU hacia el exterior, la capital europea de Bruselas ha sido testigo de sus reivindicaciones a favor del consumidor. Albacete = Cuchillería o Made in han sido algunas de múltiples slogans. Con este presidente Albacete mira al exterior con la esperanza de ganar la batalla a nivel internacional, la defensa de los derechos de los consumidores.*



### ¿Cómo te acercas a APRECU?

Yo vengo de una empresa familiar de cuchilleros fundada por mi abuelo en 1945, soy la tercera generación de cuchilleros y cuando se funda APRECU forman parte de ella. Aquel era un grupo de colegas cuchilleros que pensaban en un proyecto ambicioso y bonito en el que la unión hace la fuerza. Vinieron al taller y le ofrecieron a mi padre y a mi abuelo asociarse, así fue como la familia Barbero tomó contacto con APRECU. Recuerdo que Amós iba llamando puerta por puerta consiguiendo socios y mi padre no dudó en pertenecer, posteriormente, a la Junta Directiva de aquellos años como vocal. Con el tiempo, es cierto que estábamos algo desconectados con la

asociación hasta que un día sonó mi teléfono y era Amós Núñez. Él me dijo, como bien le conocemos, "Juan Andrés, ¿qué haces?, ¡te quiero ver aquí!, ¡venite para acá, pero ya!". No pude decirle que no y me ofrecí para ayudarte dentro de su Junta Directiva. Estuve dos años junto a él, escuchando y aprendiendo lo que era el interior de APRECU.

A veces los que pertenecemos a una asociación no llegamos a conocer verdaderamente el interior, todo el trabajo tan importante que se desarrolla desde dentro con mucho tesón. Es por eso que animo a todos los socios a que participen de APRECU, la conozcan, pertenezcan y aporten ideas. APRECU es una asociación muy conocida a nivel regional y muy querida a nivel provincial por toda la sociedad. Donde hemos ido siempre han destacado nuestro dinamismo y nuestro esfuerzo por mantener viva una tradición y un sector que ha sido referente durante muchos siglos. Los cuchilleros que estamos en nuestros talleres, a veces, desconocemos la fuerza y la importancia que APRECU tiene en la sociedad en general. Yo creo en ese dinamismo de la gente joven, siempre animo a las nuevas generaciones y ese fue el motivo de mi partida, el que pueda entrar sabia nueva en APRECU para "abrir las ventanas" y que los cuchilleros puedan aportar nuevas ideas al sector.

### ¿Cómo te acercas a APRECU?

Sucedí en el cargo a José Ramón Martínez y encontré a APRECU en buen estado. Es cierto que, desde los dos años anteriores que estuve en la Junta, siempre sacaba el tema de la denominación de origen, este ha sido un tema que me ha preocupado bastante. Recuerdo que

## MARÍA PILAR JIMÉNEZ PRESIDENTA DE APRECU: 2017 – Actualidad

*Pilar Jiménez representa la sabia nueva, la incorporación de la mujer en un mundo tradicional de hombres. APRECU se enfrenta a una etapa en medio de la llamada Revolución Tecnológica en la que la consecución de los objetivos marcados en Europa pasa por llegar a tener el ansiado Reglamento europeo que permita las identificaciones de origen. Sin duda, los nuevos tiempos se auguran esperanzadores y con aires renovados. María Pilar Jiménez es la actual presidenta de APRECU desde el 1 de febrero de 2017.*

**¿Desde cuándo se relaciona con el mundo de la cuchillería?**

Prácticamente nací dentro del mundo o del sector cuchillero, mi padre fue el fundador de la empresa para la cual trabajo. Llevo más de veinte años al frente de la empresa y trabajando en el sector de cuchillera.

**Cuarenta años ha pasado para que una mujer acceda como presidenta en la toma de decisiones en un sector tan ancestral como el cuchillero. ¿Qué significa para ti APRECU y acceder a su presidencia?**

Para mí APRECU es muy conocida. Mi padre ha formado parte, como vocal, de esta asociación prácticamente desde que se fundó. Es una asociación en la que me consta que se trabaja mucho por la defensa del sector cuchillero. Me incitó a presentarme Federico Jiménez, gerente de la empresa familiar a la que pertenezco, tras su marcha de la Junta Directiva por jubilación entré yo como vocal. Tras varias Juntas Directivas se determinó que fuera yo la presidenta.

**¿Personalmente qué le supone formar parte de la historia de APRECU?**

En primer lugar, es todo un honor y un orgullo ya que APRECU es conocida a nivel nacional y poco a poco internamente. Sacar a flote el sector cuchillero será todo un reto, sobre todo cuando hemos pasado por unos años complicados.



**▶ Prácticamente nací dentro del mundo o del sector cuchillero, mi padre fue el fundador de la empresa para la cual trabajo.**

**Inmersos en la Tercer Revolución, los cambios se suceden a la velocidad del vértigo, ¿cuál es la línea estratégica de trabajo prevista para esta nueva etapa?**

Lo más inmediato es llevar la línea continuista que inició mi compañero, Juan Andrés Barbero, sobre el tema de las IGP's y poder llevarlo a término, este será un punto muy importante para la identificación de los productos. Otro de los frentes será la lucha contra la importación y a favor de las identificaciones de la procedencia de los productos. Y, por supuesto abordar, nuevamente, el asunto del Made in algo fundamental para nuestro producto.

**Aunque suene a tópico, ¿cómo te encuentras en un sector tradicionalmente de hombres?**

Me siento muy feliz y muy protegida. La verdad es que no es algo nuevo para mí porque la empresa en la que trabajo estoy rodeada de hombres, soy la única mujer. En APRECU tengo el apoyo de M<sup>a</sup> José Palacios como secretaria técnica y, también, de la tesorera, que es otra mujer. Como digo me siento muy contenta y muy afortunada.



**ANEXO 12.** Acción 3. Acto Conmemorativo 40 Aniversario. Comida de Hermandad APRECU. 10 de septiembre 2017. Invitación.  
Fuente: Elaboración Propia

**ANEXO 13.** Acción 3. Acto Conmemorativo 40 Aniversario. Comida de Hermandad APRECU. 10 de septiembre 2017. Cronograma.  
Fuente: Elaboración Propia



### **ASOCIACION DE CUCHILLERIA Y AFINES, APRECU**

*Parque Empresarial Campollano. Calle G, nº1*

*02080 Albacete - Apdo. Correos: 5286*  
*Tel.: 967 219 220 · Fax: 967 246 131*  
*aprecu@aprecu.com - [www.aprecu.com](http://www.aprecu.com)*

#### **Acto de Hermandad Conmemorativo del 40 aniversario**

Tradicionalmente, y durante treinta y siete años, el Gremio de Cuchillería, celebra el 10 de Septiembre “El Día del Cuchillero”.

Este día se reúne el colectivo cuchillero en un encuentro de Hermandad y que se ha convertido en un acto institucional al que asisten las principales autoridades locales y regionales. Así mismo, nos acompañan representantes de las distintas instituciones, federaciones y asociaciones empresariales, entidades bancarias y medios de comunicación, etc....

Este año, nuestra tradicional comida de hermandad, tendrá un doble carácter de celebración, debido a la conmemoración de su cuarenta aniversario.

Por un lado, y con la finalidad de ensalzar el papel tan importante que la asociación ha realizado a lo largo de estas cuatro décadas, APRECU organiza un acto donde se pondrá en valor los objetivos logrados, los hitos más importantes, y reconocerá la importante labor de expresidentes, personas destacadas por su apoyo y compromiso hacia el sector.

Por otro lado, y al igual que otros años se hará **entrega de los premios del Concurso Literario, un emotivo homenaje a los Maestros Veteranos y al Cuchillero Mayor del Año**, importante galardón concedido a una persona o grupo de personas, que **sin dedicarse a la cuchillería como actividad principal y sin ánimo de lucro**, ensalce y destaque la industria cuchillería allí donde se encuentre, dándole prestigio y notoriedad a este sector.

• **CRONOGRAMA -DESARROLLO:**

**1. Bienvenida asistentes y presentación acto. Raquel Haro. 2`**

**2. Discurso Presidenta de APRECU. Dña. María Pilar Jiménez García. 10`**

**3. Video Hitos** más destacados, para que después se reconozcan a las personas abajo señaladas.

**4. RECONOCIMIENTOS: 20´**

**- Expresidentes:** (Entregan principales autoridades)

1. D. Francisco Hernández Sáez

Presidente de APRECU 1977 - 1979.

RECOGE: Eduardo Hernández Masia, nieto de D. Francisco.

ENTREGA: EXCMA. SRA. DÑA. AURELIA SANCHEZ NAVARRO

Consejería de Bienestar Social

2. D. Antonio Ramírez Carboneras

Presidente de APRECU 1979 -1990.

RECOGE: D. Antonio Ramírez Carboneras

ENTREGA: Excmo. Sr. D. Ángel Felpeto Enríquez

Consejero de Educación, Cultura y Deportes

3. D. José Expósito Picazo

Presidente de APRECU 1990 - 1996.

RECOGE: D. José Expósito Picazo

ENTREGA: Ilmo. Sr. D. Aquilino Iniesta

Sub. Del Gobierno de Albacete

4. D. Amós Núñez Juan

Presidente de APRECU 1996 - 2001.

RECOGE: D. Amós Núñez Juan

ENTREGA: Ilmo. Sr. D. SANTIAGO CABAÑERO MASIP

Presidente de la Excma. Diputación de Albacete

5. D. Luís Bleda Valera

Presidente de APRECU 2001 - 2002.

RECOGE: D. Luís Bleda Valera

ENTREGA: Excmo. Sr. D. Ignacio Hernando Serrano

Director General de Comunicación y Portavoz del Gobierno

6. D. Juan Andrés Barbero García

Presidente de APRECU 2003 - 2016.

RECOGE: D. Juan Andrés Barbero García

ENTREGA: Excmo. Sr. D. Manuel Serrano

Alcalde de Albacete

**- Entrega de premios XXVIII Concurso Literario, Juan José García Carbonell sobre “La Navaja”: 7´**

1º premio PROSA: D. Juan Manuel Sainz Peña  
RECOGE: Manuel Laespada Vizcaíno.  
ENTREGA: D. AGUSTÍN MORENO CAMPAYO  
Vicepresidente I Excma. Diputación de Albacete

1º premio VERSO: D. Juanma Velasco Centelles  
RECOGE: Eduardo Hernández Masia, nieto de D. Francisco.  
ENTREGA: D. TOMÁS MANCEBO JIMENEZ  
Presidente Jurado Literario

**- Maestros Veteranos:**

- D. Enrique Ruiz García, de Madrigueras.5´  
RECOGE: D. Enrique Ruiz García  
ENTREGA: Dña. María Pilar Jiménez García, Presidenta de APRECU

- Dña. Carmen García Payer, de Albacete. 5´  
RECOGE: Dña. Carmen García Payer  
ENTREGA: Dña. Llanos Navarro González  
Concejal Portavoz Grupo Municipal Partido Popular

**- Cuchillero Mayor del Año 2017:**

**PREMIO PATROCINADO POR LA JUNTA DE COMUNIDADES DE CASTILLA LA MANCHA**

- D. José Francisco Roldán Pastor. Comisario Provincial del Cuerpo Nacional de Policía.  
*Cuchillero Mayor 2017: En reconocimiento a su labor como embajador de la cuchillería.*  
5´  
RECOGE: D. José Francisco Roldán Pastor  
ENTREGA: Excmo. Sr. D. EMILIANO GARCÍA PAGE SANCHEZ  
Presidente de Castilla-La Mancha

**5. INTERVENCIONES.**

1. Excmo. Sr. D. Santiago Cabañero Masip. 5´
2. Excmo. Sr. D. Manuel Serrano, Alcalde de Albacete 5´
- 3 Excmo. Sr. D. Emiliano Garcia – Page Sánchez. Presidente de Castilla-La Mancha 5´

**6. FOTO DE FAMILIA.**

**ANEXO 14. Acción 3. Acto Conmemoración 40 Aniversario APRECU.**

Fuente: [http://www.lacerca.com/noticias/castilla\\_la\\_mancha/presidente-augura-viene-gran-ano-cuchilleria-albacetena-381799-1.html](http://www.lacerca.com/noticias/castilla_la_mancha/presidente-augura-viene-gran-ano-cuchilleria-albacetena-381799-1.html)

## El presidente de Castilla-La Mancha augura que el que viene “será un gran año” para la cuchillería albaceteña

Emiliano García-Page ha defendido que la declaración de BIC inmaterial que su Gobierno ha hecho recientemente a la cuchillería y navaja clásica de Albacete “es un reconocimiento justo porque hablamos de una tradición que tiene que valor” y ha esperado que el próximo año venga marcado por buenas noticias desde Europa para el sector



Comida de Hermandad de APRECU en la Feria de Albacete 2017

Galería fotográfica (clic en las fotos para ampliar)



**ANEXO 15. Acción 4. Concurso Regional de la Cuchillería 2017. 8 de septiembre de 2017.**  
Fuente: Archivo fotográfico APRECU



Autora: Raquel Haro Herreros.  
Tutora: Lorena López Font.

**ANEXO 16.** Acción 5. BIC Cuchillería y Navaja Clásica Albaceteña. 15 de septiembre de 2017.  
Fuente: Fotografía Archivo APRECU.



