



El pasado jueves 18 de octubre de 2012 la Casa de Cultura de Cangas del Narcea acogía la jornada “**NUEVAS OPORTUNIDADES PARA LAS EMPRESAS AGROALIMENTARIAS. EL CAMINO DE LA INNOVACIÓN**”. Una cita organizada por el Grupo de Desarrollo Rural Alto Narcea Muniellos y enmarcada en el proyecto de cooperación Interterritorial “Red Asturgallega de Industrias Agroalimentarias (ASGAIA) Innovación”, financiada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, en el cual participan 14 Grupos de Desarrollo Rural de Galicia y Asturias.

A lo largo de todo el día la cita reunió a más de 80 profesionales del **sector agroalimentario** del medio rural, **expertos en comercialización** y otros **sectores transversales** que debatieron sobre como mejorar la competitividad de un sector, que en el suroccidente asturiano cobra especial importancia ya que ha sido y continúa siendo una piedra angular dentro de nuestra economía.

La jornada comenzó con la inauguración a cargo de la Consejera de Agroganadería y Recursos Autóctonos del Principado de Asturias, **María Jesús Álvarez**. En su intervención hizo un llamamiento a la **consolidación del tejido industrial existente** para así afrontar el momento actual buscando una conjunción de la tradición y la innovación; y añadió que “es un sector que además tiene posibilidades de crecimiento y ha de articular una estrategia de comercialización para competir en un mercado totalmente globalizado”. Por todo ello apeló a la complicidad entre la Consejería “como mano amiga” de los emprendedores con ideas de futuro.



Jose Luis Fontaniella, Presidente del GDR Alto Narcea Muniellos recalcó el importante papel que este sector supone para las zonas rurales ya que el valor de estas empresas no solo se queda en el mero producto. *“La Industria agroalimentaria se abastece del sector primario, incrementando el valor añadido de las materias primas, crea y fija empleo en las áreas rurales y actúa como nexo de unión entre el sector primario y el terciario contribuyendo al desarrollo social y económico del territorio”*.

Una vez establecida la importancia de continuar trabajando en mejorar las condiciones que permitan diseñar estrategias de futuro para este sector, la jornada comenzó con un diagnóstico del sector para continuar con charlas relacionadas con temas, que teniendo como eje transversal la innovación, fueron desde las tendencias de consumo, el papel del producto en la restauración, las diferentes tendencias y modos de comercialización y el papel de la gastronomía en el destino turístico.

De la mano de **Ignacio Iglesias**, Director del Área de Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio de Oviedo y **Marcelino F.-Raigoso** de la Universidad de Oviedo se dio a conocer los **resultados del diagnóstico de empresas agroalimentarias rurales participantes en el proyecto ASGAIA**.



Una radiografía que refleja un amplio margen de mejora.

La mayoría de las empresas asturianas del sector, que con **menos de 10 trabajadores** y un **enfoque local**, son empresas que aunque tienen clara su ambición por mejorar, se encuentran con significativas deficiencias en el acceso a la información y en la gestión de las herramientas y organismos que les pueden ayudar. Un porcentaje muy considerable no solicitan ayuda formativa ni asesoramiento, ni conocen incentivos ni subvenciones.

En **materia de gestión** muchas de ellas presentan graves carencias (empresas que fijan los precios en función de los costes y no tienen una metodología para medirlos). La mayoría no tiene una estrategia de marketing y la presencia en la Red es aún deficitaria. Teniendo en cuenta su reducido tamaño, su cadena de **distribución es poco consistente y eficaz** y una vez conseguida la venta, son pocas las empresas que trabajan la fidelización del cliente.



Por el contrario el sector cuenta con importantes puntos fuertes que anticipan un halagüeño futuro. Detrás de estas empresas se encuentran **personas implicadas con su actividad y su entorno**. Elaboradores de **productos de excelente calidad** y con aptitud por mejorar.

El **futuro pasa por desarrollar estos puntos**. Para ello estamos convencidos de que la cooperación es la mejor vía, provocando procesos de organización rural de pequeños agro-emprendedores; apostando por nuevos productos agroalimentarios que abran oportunidades de mercado; optimizando la promoción conjunta y consolidando la distribución tanto en los tradicionales canales de venta como en las nuevas oportunidades de negocio en la red.

El primer vértice a desarrollar fue “**Tendencias en diseño y consumo agroalimentario – Gastrotendencias**” a través de una videoconferencia con **Rosa Muñoz**, Directora de I+D+i en el Centro Tecnológico Anduluz de Diseño, Surgenia.

Una entidad especializada en diseño que investiga y desarrolla productos y espacios para hacerlos más competitivos. La ponencia explicó los distintos “universos de cosumo”, es decir los diferentes tipos de cliente. “Identificarlos, conocer sus hábitos y orientar nuestro producto para que cubran sus necesidades y expectativas es clave para el éxito”.



Su intervención también puso especial énfasis en el resurgir de la artesanía alimentaria como vuelta a la búsqueda de la autenticidad, revalorizando la producción tradicional pero reinterpretada para responder las necesidades y gustos actuales. Para concluir expuso una variada ejemplificación de diferentes empresas que ponen en prácticas estos conceptos y cuyos resultados avalan la implantación de estos métodos.

Fueron muchas las ideas aportadas sobre las que comenzar a trabajar pero a grandes rasgos algunos de los puntos clave fueron:

- **Poner en valor** tanto el producto final como la materia prima y su proceso de elaboración.
- **Reinterpretación** de la imagen de marca. Utilización de materiales contemporáneos con diseños clásicos.
- **Reforzar la imagen de marca**. Potenciando y fortaleciendo la imagen general de la marca y sus principales productos.

- **Búsqueda de la autenticidad.** Vitalidad y fuerza asociada a la marca sin renunciar a lo antiguo. (huyendo de la nostalgia).
- **Distribución.** Comercios próximos que permitan interacción con el producto.
- **Comunicación.** Permitir que el consumidor tenga la oportunidad de comprobar lo auténtico del producto.



Y de la comercialización directa al **consumo agroalimentario especializado**. Con la participación **ANOVA +**, una asociación formada por cocineros asturianos, se puede comprobar que ya son muchos los que apuestan por llevar a sus mesas productos asturianos de gran calidad. Junto a **Iván Feito**, cocinero del Restaurante Ca'Suso de Oviedo, el periodista gastronómico de El Yantar de



El Comercio, **Miguel Llano**, dieron un repaso a la actualidad de la cocina asturiana, al potencial del producto autóctono, así como a las dificultades para conseguirlo por el desconocimiento de algunos proveedores y la deficiente logística. Feito en su intervención dio algunas claves sobre las que continuar trabajando. *“Compartir y contárnoslo todo nos ha hecho crecer. Las cosas cambian cuando la mentalidad cambia”*.

Tras una intensa mañana de datos que identifican el sector, motivación de compra y orientación al cliente, tendencias de mercado y consumo especializado, un descanso.

La comida es planteada como una continuación a la propia jornada. Para ello se volvió a contar con la asociación ANOVA + y concretamente con los cocineros: **Iván Feito** de Ca' Suso, **Alex Sampedro** del Restaurante Doble Q Bal Hotel de Villaviciosa, **Pepe Ron** del Restaurante Blanco de Cangas del Narcea y **David Balbona** del Restaurante Patio de Balbona de Pravia.



De la teoría a la práctica. Durante toda la mañana ha estado presente la excelente calidad de los productos agroalimentarios artesanos y es con ellos con los que se puede plantear una cocina tradicional reinterpretada. De ello, estos cuatro cocineros, dieron buena muestra al conseguir exquisitos platos elaborados con las materias primas que el proyecto ASGAIA pretende impulsar.

La tarde comenzó con la mesa redonda **“Nuevas oportunidades de comercialización. Vender es posible”**. Son muchas las empresas que se mueven en el sector agroalimentario, pero son pocas las que consiguen abrirse camino de forma exitosa, alcanzando niveles de exportación nacionales e internacionales. Para ello no solo es necesario contar con un producto agroalimentario de buena calidad. Igual de importante es contar con una **planificada difusión y una coordinada estrategia de comercialización y distribución**.

La primera intervención corrió a cargo de **Mario Martínez**, director general de **ASTUREX**. Empresa asturiana que nace de la apuesta conjunta del Gobierno del Principado, la Federación Asturiana de Empresarios (FADE), las Cámaras de Comercio de Oviedo, Gijón y Avilés, y Cajastur para propiciar una mayor presencia de las empresas asturianas en los mercados internacionales.



Su principal objetivo es el de **facilitar la labor exportadora de las empresas**, tanto para iniciarse en el comercio exterior como para consolidar presencia en los mercados internacionales. Una concisa intervención para explicar su labor de asesoramiento y acompañamiento al tejido empresarial asturiano con inquietud por exportar.

Y de lo generalista a los casos particulares que ponen en práctica muchos de los conceptos abordados en las primeras ponencias. El primero en intervenir fue **Luis Nel Estrada**, director gastronómico y de comunicación de **Crivencar** (Tierra Astur). Su caso es el de una empresa que desde hace 30 años apuesta por productos artesanales asturianos de calidad diferenciada. Una apuesta que no solo se queda en la mera comercialización de productos.



La recuperación, dignificación y puesta en valor de los mismos es también una forma de defender la cultura gastronómica asturiana.

Y de una gran empresa comercializadora a lo que en inicio nació como un pequeño proyecto gastronómico y que hoy supone un reclamo de primer orden, la **Ruta 1 Quesu y la Sidra** en Asiegu, Cabrales. **Manuel Niembro** su gerente nos contó la trayectoria de esta interesante iniciativa en la que permite conocer la historia del queso cabrales y la sidra y disfrutar de dos de los baluartes de nuestra gastronomía. El sector gastronómico se reinventa para ofrecer el disfrute de un producto gastronómico y la experiencia de conocer su historia y elaboración poniendo en valor cada parte del proceso.



El encargado de cerrar esta mesa redonda fue **Pascual Cabaño**, gerente de la **quesería Rey Silo** en Pravia. Con él conocimos como darle esa vuelta de tuerca a un producto tan consolidado como es el queso de Asturias para que resulte un producto diferente. Nada en esta empresa queda al azar. Desde la elección del nombre, el tipo de queso que elaboran, la imagen y empaquetado escogido, la campaña de difusión o el público objetivo al que se orienta. Todo un ejemplo de estrategia comercial bien entendida y planificada.

El broche final lo puso un viajero profesional, **Paco Nadal**, periodista del **Blog El Viajero** del periódico El País. Su intervención nos dio la oportunidad de conocer la visión internacional de que buscan los viajeros a lo hora de complementar su visita a un destino.

Experiencias, ya no solo nos movemos para visitar un destino o conocer un alojamiento. El turista actual va más allá y busca “cosas que hacer y que contar”. En este aspecto la industria agroalimentaria tiene mucho que decir. Restaurantes, empresas productoras, tiendas especializadas, etc han de reflejar el sabor del lugar que visitamos y suponer una vivencia que el turista no pueda perderse, satisfaciendo sus necesidades que cada vez son mayores.



En este aspecto la complicidad con el sector turístico es clave de éxito. **Paquetes cerrados y muy bien coordinados** que busquen la mayor simplicidad y comodidad para el visitante. En consonancia con lo dicho, Nadal hizo especial hincapié en “paquetizar” destinos. La unión entre empresas y sectores, o lo que es lo mismo, la cooperación como vía de trabajo para conseguir soluciones innovadoras que permitan a las empresas ser más competitivos, principal premisa sobre la que trabaja el proyecto ASGAIA.

Paralelamente a la jornada los asistentes pudieron comprobar de primera mano los excelentes productos agroalimentarios de nuestra región a través de una **exposición** de los mismos. Esta junto a todo el resto de la jornada tuvo un notable interés de los participantes.



Y que mejor forma de cerrar esta jornada que con algunas de sus opiniones:

En palabras de **Iván Feito**, cocinero de Ca'Suso, es necesario un mayor reconocimiento de nuestro medio rural y sus productos. “en el País Vasco un quesero de Idiazábal es como un Lehendakari, se le respeta, en Asturias ningún niño quiere ser maestro quesero”.

La reflexión de **Rober Martínez** en su blog, el cual os aconsejamos leer, también refleja el motivo de estas jornadas: “Quizás os estéis preguntando como es que el sector sobrevive con todas estas debilidades. En primer lugar, por la enorme capacidad de trabajo de las personas que se dedican a ello. En segundo lugar, por la más que obvia calidad de los productos. Y en tercer lugar, porque la potencialidad del sector es inmensa y no está funcionado ni de lejos en su capacidad de creación de empleo y riqueza. Su potencial, en zonas rurales como la mayoría de las asturianas, y basándonos en la calidad mencionada, es enorme. Sin embargo, falta dar el salto”.

<http://www.robermartinez.com/blog/>

Por último reseñar el completo y siempre entretenido resumen de **Fran Rojo**. Desde su visión tecnológica aclara términos y conceptos básicos para entender esta jornada.

<http://franrojo.es/2012/10/19/nuevas-oportunidades-para-las-empresas-agroalimentarias-el-camino-de-la-innovacion/>

Concluiremos dando las gracias a las empresas participantes por el esfuerzo puesto en este proyecto y concretamente en esta jornada; a los ponentes por compartir sus conocimientos y experiencias y a los participantes por sumar en el interés de mejorar la competitividad del sector agroalimentario.



Grupo de Desarrollo Rural Alto Narcea Muniellos

www.altonarceamuniellos.org



<http://www.facebook.com/pages/GDR-Alto-Narcea-Muniellos/138937969584608>



<https://twitter.com/ALTONARCEAMUNIE>



<http://www.flickr.com/photos/altonarceamuniellos/sets/72157631842185966/>