

creciendo es explorar nuevos mercados. Desde 2013, la IGP ha aumentado sus ventas un 20% en Asturias y hasta un 60% fuera de la región. «Tenemos que crecer y buscar nuevos mercados fuera de Asturias», explicó Rubén Fernández, algo que secundó Covadonga Álvarez, porque «el mercado asturiano está casi saturado». Eso sí, abrió nuevas posibilidades de negocio pues, «aunque en los puntos de venta el crecimiento está prácticamente agotado, hay consumidores, como los jóvenes, que han dejado de consumir productos frescos. Ese es un punto de crecimiento en Asturias».

Este tipo de carne destaca, en-

tre otros aspectos, por sus grandes filetes, pero además de las piezas más 'nobles' hay otros cortes del despiece que se pueden aprovechar mucho más. Sergio Marqués cree que «lo que va a variar es el tipo de cortes y de carnes que consume la gente. Tenemos que ver cómo gestionar todos esas piezas que exigen una cocina más elaborada». «No podemos pretender que todo el mundo coma filetes o cachopos. Esa es una dificultad para seguir creciendo». Por su lado, el responsable de la sección de Carnicería de Masymas considera que ese aprovechamiento «tiene que ir más enfocado a los fabricantes. Hay que volver a la

cocina de la carne guisada, necesitamos fabricantes que lo hagan».

#### Labor comercializadora

El presidente del consejo regulador IGP Carne Asturiana tiene claro que a este tipo de carne «hay que buscarle una salida» y defiende que «es labor de la parte co-

---

**«Podemos fomentar el guiso, pero el transformador tiene que hacer hincapié en que el producto es el mismo»**

mercializadora. Podemos fomentar el guiso, pero el transformador tiene que hacer hincapié en que el producto es el mismo».

En ello ya está trabajando Cárnicas Hicor. La coordinadora del departamento de Producción explicó que «estamos en esa línea, aunque no sabemos aún cómo finalizarlo. Hay dos problemas: el público más joven quiere el producto totalmente elaborado, mientras que el ama de casa de unos 60 años lo quiere precocinado».

A la IGP se están incorporando jóvenes ganaderos, para quienes Covadonga Álvarez reclama «ayudas de la PAC para asegurar el relevo generacional y mante-

ner la tradición», pero Marqués apunta que «el futuro será bueno mientras seamos capaces de asegurarles una comercialización potente y fiable. Al ganadero joven se le ha de garantizar una comercialización a precios razonables».

Es una idea compartida por Francisco Vázquez, al tiempo que Rubén Fernández apostilla que «hay mucho territorio para crecer. Los que nacemos para ser ganaderos nacemos con la afición, miramos por la raza y cuidamos el medio ambiente. Ahora hay muchos jóvenes que vienen con esa misma afición, es lo que aprendieron».



Francisco Vázquez. PABLO NOSTI

**«Hubo una muy buena promoción del producto y la gente asimiló que es garantía»**

### Francisco Vázquez Responsable de Carnicería en Masymas

**«Tenemos que apostar por la hostelería de fuera y por organizar concursos, como los de cachopos, para que lo prueben fuera de Asturias»**

M. MENÉNDEZ

GIJÓN. Los supermercados Masymas llevan apoyando a la Indicación Geográfica Protegida desde su nacimiento. Francisco Vázquez es el responsable de la sección de carnicería de la cadena y tiene claro que «hubo una muy buena promoción del producto y la gente asimiló que es garantía. Las cifras de venta se superan cada día». Vázquez también defiende de lo que la IGP significa para ganaderos y empresas: «Cuando vendes carne de la IGP, tienes un contrato que te garantiza el suministro y la calidad. El ganadero cría los animales porque sabe que los terneros los tiene comprometidos. Eso es

una garantía para él y para nosotros». Este experto indica que la carne fresca no es uno de los productos que más se demande 'online', pues «los asturianos somos muy de ir a la tienda de cercanía, queremos que nos atienda un profesional y que la carne se corte en el momento. Creo que, con este producto en concreto, la situación seguirá así durante mucho tiempo».

Masymas considera que en sus tiendas de Asturias la ternera asturiana está ya en un altísimo nivel de demanda, por lo que busca mercados fuera de la región, «es por donde tenemos que crecer».

Lo fundamental pasa por «hacer una buena promoción para que la gente pruebe esta carne. Tenemos que apostar por la hostelería de fuera y por organizar concursos, como los de cachopos, para que lo prueben. Cuando los turistas se van de Asturias, suelen hacer encargos grandes para tener carne en su casa durante bastante tiempo», apunta Vázquez.



Covadonga Álvarez. CAROLINA SANTOS

**«Nuestra raza asturiana es de las mejores de Europa. Algo tiene diferente a las demás»**

### Covadonga Álvarez Coordinadora en Cárnicas Hicor

**«El consumidor final asocia Asturias con lo verde, lo limpio, la ganadería extensiva. Hace falta mucha información para que sepa el valor del producto»**

M. MENÉNDEZ

GIJÓN. La coordinadora del departamento de producción de Cárnicas Hicor, Covadonga Álvarez, lo tiene claro: «Nuestra raza, la asturiana de los valles, es de las mejores de Europa. Algo tiene diferente a las demás». Por eso, considera imprescindible transmitir al consumidor toda la información sobre las características de esta carne y «que sepa nuestra diferencia».

En su opinión, ya hay grandes cadenas nacionales que están introduciendo ternera asturiana en sus lineales, dado que «el consumidor final asocia a Asturias con lo verde, lo limpio, la ganadería ex-

tensiva. Ahora hace falta mucha información para que sepa por qué el producto es un poco más caro».

Además, la industria está evolucionando y ya ofrece envases en los que la carne fresca tiene una duración mayor «sin que pierda sus características». Además, también el transporte del producto ha cambiado mucho, pues «suele ser en frío y en 24 horas ya lo tienes en la tienda. Si puede haber un incremento del precio es por el transporte, pero es mínimo».

En resumen, las industrias, tal y como explica Covadonga Álvarez, «trabajamos en aumentar la vida útil del producto mediante el envasado sin que pierda la garantía de calidad».

Pero esta profesional reclama más implicación de los ganaderos, puesto que «hay poca gente que se dedica en exclusiva, la mayoría tiene otro trabajo. Hay que empezar a especializarse, pero sin perder la identidad, y debemos seguir diferenciándonos».