

«Apostamos por llevar la carne ecológica a los colegios, pero necesitamos más apoyo»

Eloy Rozada Amieva Presidente de la Cooperativa Bioastur

«La Administración pone dinero en los comedores escolares y debería incentivar para que los productos de calidad llegasen a los centros»

EVA FANJUL

LLANES. «Rendir no nos rendimos. No tenemos una producción muy grande, pero estamos dispuestos a seguir adelante», afirma con determinación el presidente de la cooperativa Bioastur Eloy Rozada Amieva (Porrúa, Llanes, 1964). Su producción ecológica se centra en la raza casina, «una raza en peligro de extinción» y de compleja comercialización para la que, está convencido, hay futuro si se cuenta con los apoyos necesarios.

—¿En qué situación se encuentra la cooperativa?

—Tras doce años funcionando, rendir no nos rendimos. No tenemos una producción muy grande, pero estamos unos cuantos desde un inicio y dispuestos a hacer frente a las dificultades que se presenten. Ahora mismo somos once socios más catorce proveedores de producción ecológica a los que ayudamos a comercializar las canales. La mayoría estamos en la zona oriental, pero también tenemos proveedores de Vegadeo, de Pola de Lena y de Laviana.

—También son comercializados. ¿Qué retos les plantea eso?

—La comercialización es complicada. El sector nunca está en un

momento muy alto, pero ahora llevamos un año bastante complejo. No sé si debe a la falta de economía o a que hay mucha competencia con otros tipos de carne de calidad inferior que están presionando con los precios. Nosotros nos apoyamos bastante en las dos marcas de calidad, tanto Ternera Asturiana como Producción Ecológica.

—¿Abren puertas?

—Claro que sí, eso te da un caché y un nombre que se valora. Además, en nuestro caso al tratarse de una raza autóctona en peligro de extinción, los restaurantes se vuelcan. Saben que es una raza con difícil comercialización, pero de calidad suprema, y gracias a ello se consigue salir adelante.

—¿Se sienten apoyados?

—En parte, sí. Creo que hace falta mucho trabajo, sobre todo de información en la hostelería, y un poco más de voluntad. Pero sí hay buenos profesionales que nos están ayudando y apuestan por un producto asturiano de una cali-

LA FRASE

COMERCIALIZACIÓN

«Nos sentimos apoyados por parte de la hostelería pero falta información y algo de voluntad»



Eloy Rozada, junto a sus vacas casinas en Niembro, Llanes. JUAN CUETO

dad excelente.

—¿Dónde venden su carne?

—Desde un principio, en toda España. Servimos a carnicerías en Teruel, tiendas en Madrid y clientes particulares prácticamente en todas las comunidades. Son gente que compran 4 ó 6 kilos. Nosotros lo enviamos envasado y con entrega en frío en un plazo de tres o cuatro días a cualquier parte de España.

—¿Y a los centros educativos?

—Llegamos a trabajar en once colegios en Asturias y uno en Madrid. Ahora, por desgracia, nos hemos quedado solo con siete centros en Asturias porque en los concursos miran mucho el precio y no podemos competir. Cuando estás trabajando con una calidad todo tiene un límite y no puedes competir con las carnes de poca calidad. Luego llegó la pandemia y cortó la campaña.

—¿Seguirán con el proyecto?

—Nosotros queremos que los chavales prueben una carne especial. De hecho hicimos precios muy ajustados, casi a coste, para los colegios. Desde el minuto uno apostamos por los colegios de la zona y luego fuimos creciendo y llegamos a Gijón y a Avilés. Nosotros consideramos que es un plan de futuro que los críos lo conozcan. Ellos serán los clientes de los años venideros.

—¿Debería requerirse en los servicios de comedor escolar?

—Por supuesto, sería la base, porque la Administración pone dinero para los comedores escolares y, sin presionar, deberían incentivar para que productos locales de calidad y ecológicos como el nuestro llegasen a los colegios.

—¿Hay una demanda creciente de producto ecológico?

—Sí, hay un incremento, pero muy lento. Nosotros vamos poco a poco, percibimos un crecimiento que va más despacio que el ritmo de trabajo.

«En Madrid se aprecia la calidad homogénea de la carne asturiana»

Carlos Rodríguez Marcos
CEO Raza Nostra

E. FANJUL

MADRID. «El cliente de Madrid asocia inmediatamente la imagen de Ternera Asturiana a calidad, por la alimentación más natural y la ganadería tradicional», explica el CEO de Raza Nostra, Carlos Rodríguez Marcos. Esta empresa de Madrid, especializada en la comercialización de razas autóctonas, tiene en su carta de productos la carne de la IGP Ternera Asturiana por dos motivos: «Uno de ellos más emocional, porque mi familia es asturiana y conocemos muy bien la carne. En segundo lugar, ya que nuestro modelo de negocio es promover razas autóctonas, pensamos que la



Carlos Rodríguez Marcos

asturiana no podía faltar, tanto por la calidad de la carne como porque es una de las pocas razas que tienen un rendimiento canal, una mejora genética y un trabajo muy importante». Asegura que todas estas cualidades «facilitan mucho el trabajo del carnicero, porque son canales muy homogéneas con una calidad que no da sorpresas». Otro de los puntos fuertes que invita a comercializar este producto es «el pliego de condiciones que tiene y todo el trabajo que hay desde la IGP, que ofrece garantía», añade. Se trata de «una carne muy equilibrada en cuanto a terneza y sabor que le gusta al carnívoro medio y resulta muy polivalente en el mostrador», detalla.

«Vamos a lanzar una hamburguesa astur al mercado internacional»

Santiago Fernández Rodríguez
Director comercial de Embutidos Jabugo

E. F.

SEVILLA. La empresa sevillana Embutidos Jabugo ha elegido la carne de la IGP Ternera Asturiana para elaborar hamburguesas de su marca Hamburguesa. Según explica el director comercial de la compañía, Santiago Fernández Rodríguez, la incorporación de la Ternera Asturiana supone «trabajar por primera vez con carne de ternera, ya que siempre hemos elaborado con vacuno».

Según detalla, «esta carne de ternera es muy sensible y de mucha calidad, pero gracias a nuestro sistema de elaboración y envasado podemos darle una mayor duración. Esto nos per-

mitirá posicionar la hamburguesa asturiana, no solo en España y en las islas sino también en Europa», indica.

El proyecto de la empresa andaluza comenzó en 2014 con el objetivo de elaborar hamburguesas de vacuno de raza. Primero, se incorporó la raza autóctona andaluza retinta y, «tras buscar otras razas por la que apostar, nos decidimos por la IGP Ternera Asturiana». Este proyecto pretende dar respuesta «al aumento de la demanda del producto local y de proximidad», pero además busca «apoyar el desarrollo de las ganaderías nacionales, evitando comprar carne de importación», destaca Fernández.



Santiago Fernández Rodríguez