

JESSICA M. PUGA

El cierre de la hostelería y la suspensión de mercados semanales dio al traste con el trabajo de decenas de pequeños y medianos productores. El cocinero riosellano Lluís Nel Estrada se preguntó qué podía hacer y pidió soporte a la empresa tecnológica gijonesa Gapmedia. Juntos crearon Productos de Aquí, una plataforma que pone en contacto a productores con clientes. Los alimentos se agrupan en familias y se muestran según su geolocalización para que se pueda comprar en base a la proximidad. El siguiente paso será ampliar la búsqueda a otras provincias, pues este proyecto gestado en Asturias durante el coronavirus va a seguir creciendo. El Gobierno balear ya se ha interesado.

—¿Qué es Productos de Aquí, por qué nace y cuándo?

—Lo que hemos hecho ha sido activar circuitos de proximidad entre pequeños y medianos productores y potenciales clientes finales. Todo empieza cuando lo hace el confinamiento. No diré que la idea la tuviera de antes porque no es así. Si el sábado nos mandaron a casa, el lunes llamé a Gapmedia para ver qué podíamos hacer con los productores. No sabíamos cómo empezar, pero al ver cómo se organizaban, nació Productos de Aquí. El proyecto no nace para solucionar los problemas de los productores a raíz del coronavirus, sino para ayudarles a que el impacto sea menor.

—Pero cada productor tiene una situación diferente, algunos ya vendían 'on line', otros no...

—Eso es, cada uno tiene una estructura y unas necesidades determinadas por eso nosotros simplemente los agrupamos. Somos una red de contacto; no vendemos lo que otros hacen, de eso se encargan ellos, nosotros facilitamos que el usuario pueda ver de forma ordenada alimentos de proximidad. Conseguimos en pocos días, solo con contactos directos, reunir a una treintena de productores de diverso ámbito.

—¿Cuánto estaban de preparados los pequeños productores asturianos para resistir a una crisis como la actual?

—Muchos tenían venta 'on line' habilitada, pero casi como algo testimonial, ya que requiere una gestión y tiempo. Ahora se han visto en la necesidad de utilizarlo más. Plataformas como Productos de Aquí les ayudan. No quiero decir que los intermediarios sean malos por definición, pero sí que los hay superfluos o que su único objetivo es mercantilizar el producto.

—¿Qué hay en Productos de Aquí?



El hostelero Lluís Nel Estrada, rodeado de Productos de Aquí, su nuevo proyecto. XUAN CUETO

LLUIS NEL ESTRADA COCINERO AL FRENTE DE LA TALAMERA. ACABA DE INICIAR EL PROYECTO PRODUCTOS DE AQUÍ

«Es el momento de hablar de soberanía alimentaria asturiana»

Para ayudar a pequeños productores locales en plena crisis del coronavirus, se le ocurrió ofrecerles una plataforma que los conecte con potenciales clientes

—De todo, siempre que sean producto sostenibles, de proximidad, calidad y fijadores de población en el medio rural. Desde la oferta de los lagares, cerveza y vino de Cangas, a la de ganaderías ecológicas y de ternera asturiana. Hay embutidos, conservas, pescado fresco, miel, frutas, mermeladas, quesos, repostería y panes, fabes, huevos, pan y hasta comidas preparadas por 'caterings'. Tenemos repartidos los productos en siete familias siendo la octava la ecológica. Ahora trabajamos con 60 productores y esperamos que sean 200 pronto con la posible incorporación de Alimentos del Paraíso Natural.

—¿Qué requisitos tienen que cumplir los productores y cuáles los compradores?

—No hay que registrarse, los compradores pueden dar su datos para recibir una 'newsletter'. El único requisito de los productores es que puedan vender, o sea, que tengan todas las normas sanitarias y fiscales en regla.

—¿Qué va a pasar con la plataforma cuando pase el coronavirus?

—Nuestra intención es ir tejiendo una red a lo largo del país. Puede parecer extraño si hacemos tanto hincapié en el producto local, pero es que local es lo que rodea a la persona que abre la aplicación en un dispositivo esté donde esté. Productos de Aquí genera automáticamente la geolocalización de cada producto y así el comprador sabe qué es lo que tiene más cerca. Vemos que a la web no solo acceden compradores y vendedores, también distribuidores.

—Muchas comunidades están lanzando campañas para defender su despensa. ¿Qué tiene de especial la asturiana?

—Que tiene muchísima variedad, además de calidad, claro. Lo que pierde por los problemas para establecer grandes cadenas de comercialización, lo gana en diversidad. De la crisis del coronavirus tiene que salir una nueva oportunidad para el sector, tenemos que empezar a entender el valor que tiene el medio rural. Hablar de un área metropolitana en Asturias sin las dos alas, no solo como grandes pulmones sino como despensa, es absurdo. Es el momento de hablar de soberanía alimentaria asturiana; aunque las explotaciones sean pequeñas, tenemos capacidad para abastecer una enorme parte de nuestro mercado.

—Usted es chef. ¿Cómo lleva el parón de la hostelería?

—Estoy relativizando lo más posible. Soy consciente del varapalo económico, pero ahora hay que prepararse para lo que vendrá. Tendremos que cambiar esquemas de funcionamiento que teníamos muy grabados.