

YANTAR

TU PORTAL DE GASTRONOMÍA
www.elcomercio.es/gastronomia

[Gastronomía](#) [Dónde comer](#) [Recetas](#) [MesasYantar](#) [Cocineros](#) [Vinos](#) [Sidra](#) [Despensa](#) [Platos típicos](#) [Fotos](#) [Vídeos](#) [Agenda](#)

ÚLTIMA HORA

Las noticias que deberías leer antes de dormir

Begoña Medio: «Hay tanta tradición que a veces nos limita, y es una pena»

PROMOTORA Y CONSULTORA DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS Y TURÍSTICOS

Empezó en el mercado del vino y hoy es experta en comercializar fuera productos asturianos: cree que el potencial de la región está aún por explotar



Begoña Medio, en Gijón. / PALOMA UCHA

JESSICA M. PUGA

Jueves, 15 abril 2021, 11:20



La **gijonesa Begoña Medio** entiende que un productor local puede tener una mente global y que «cada uno se puede y se debe complicar la vida hasta donde quiere». Está al frente de ' **El mostrador de la predilecta**', una consultoría de productos agroalimentarios y destinos turísticos, un sector en el que lleva más de una década.

-Experta en promoción y comercialización de producto agroalimentario. ¿Cómo empezó?

PUBLICIDAD





-Tengo una consultora turística desde 2007 y llevaba varios años dedicada al turismo y al producto agroalimentario trabajando sobre todo en territorios vitivinícolas de España: desarrollando rutas del vino, asesorando, auditando a bodegas, haciéndolas accesibles a los turistas... Y me dije, ¿por qué no hacerlo en casa con la sidra? Veía paralelismo, así que empecé con ello en 2010.

-¿Cómo y dónde?

-El Ayuntamiento de Gijón, con Joaquín Miranda de gerente de Turismo, me dijo que adelante, así que empezamos a planificar su Ruta de la Sidra. Necesitaba que los llagareros viesan sus posibilidades. Me llevé a ocho o nueve a las Rías Baixas para que viviesen como turistas lo que luego ellos tenían que hacer en casa e hicimos formaciones. Les hice ver que ya no hablábamos de vender un producto, sino una experiencia. Una vez que supieron lo que querían enseñar se centraron en valorarlo económicamente y empezaron a funcionar, con precios, por cierto muy asequibles. Paralelamente, me puse en contacto con otros territorios sidreros del mundo, incluidos los Estados Unidos.

-Ahí comienzan los Cider Tours. Y en 2014, nace el consorcio 'Asturias for foodies' con Sidra Trabanco, Quesos Rebollín y Conservas Agromar. ¿Cómo fue la experiencia?

-Son empresas que conviven y se complementan, que viajan juntas y trabajan en equipo. Fue una experiencia maravillosa, pero el consorcio se acabó en diciembre.

-¿Qué necesitan saber las empresas antes de exportar?

-No pueden pretender que lo mismo que venden aquí, con las mismas armas, funcione en otro mercado. Lo primero que tienen que pensar es a quién quieren vender, presentarse a los importadores que les interesen y adaptar su mensaje, el 'cuentín' que llamo yo, al lugar. El sector de la sidra lo ha entendido y ha ampliando sus productos, aunque aún les queda recorrido. El mercado absorbe lo bueno, eso es así; el problema es que a veces nos limitamos a quedarnos aquí.

-¿Dónde queda la esencia?

-En el producto agroalimentario muchas veces impera la tradición, y eso es genial, pero no es incompatible con hacer negocio. En Asturias hay tanta tradición que a veces nos limita, y es una pena porque precisamente ese conocimiento tan vasto tendría que ser el trampolín para poder hacer mil cosas más.

-¿Y cómo empezar a hacerlo?

-Cada empresa tiene que poner en valor lo que tiene y aprovechar las oportunidades. Este año, con los International Cheese Awards, todos deberían estar complementándose para que los que vengan se enamoren del producto en Asturias. Nuestros productos siguen siendo muy desconocidos. ¿Por qué llega un queso francés y no uno nuestro?

-¿Por qué?

-El productor tiene que ser proactivo, querer vender. El problema aquí es que los productores son muy chiquitinos y se tienen que dedicar a hacer lo que saben, que es fantástico, pero entonces tendrán que juntarse y buscar a profesionales que les ayuden a hablar, sobre todo ahora que hay múltiples canales de comunicación y venta. El pequeño productor asturiano tiene que entender que ahora hay más opciones para hablar de sí mismo y tiene que aprender a hacerlo. La Administración debe apoyar y acompañar.

-¿Qué ventajas tienen Asturias y sus productos?

-Tiene algo que hoy se valora mucho: la sostenibilidad. ¿Y por qué? Por lo que tenemos y por lo que hacemos. La cuestión es atraer a la gente aquí, que es donde las empresas tienen todas sus

herramientas, porque verlo no es igual que imaginarlo. El objetivo es que se les grabe en la cabeza lo que somos y tenemos y que lo cuenten al volver a su casa. Asturias como escaparate es una joya.

-Estamos en tiempos de covid. ¿Cómo ha afectado a los productos asturianos?

-Hubo que reinventar la política de promoción y comercialización, fidelizar y establecer un contacto continuo. Lo hicimos todo digital. En Estados Unidos cerró todo, pero ahora empiezan abrir y van como un tiro. Pensemos que el producto asturiano en global es poca cantidad, así que la parte que se exporta es pequeña. El que tuvo suerte y vendió en el primer trimestre de 2020 perdió poco. El que no, pues peor.

TEMAS Asturias

TENDENCIAS

Comentarios



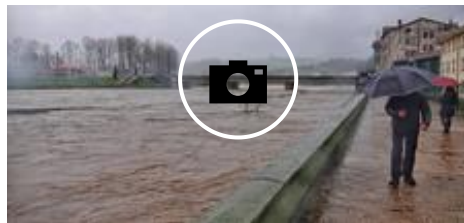
PATROCINADA

Fotos





📷 Veinte lugares con vistas de infarto para valientes



📷 Los ríos se desbordan en el oriente de Asturias



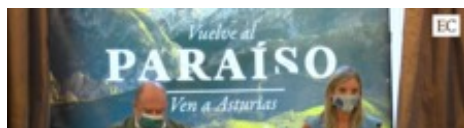
📷 Los trabajadores del ERA reclaman mejores condiciones



📷 Los estragos del temporal en Asturias

Vídeos

Ceremonia de entrega de los Premios SISGA a las mejores sidras



Un paseo con Jovellanos





©ELCOMERCIO.ES

Calle Diario El Comercio, número 1 C.P. 33207, Gijón, Asturias, España



En lo posible, para la resolución de litigios en línea en materia de consumo conforme Reglamento (UE) 524/2013, se buscará la posibilidad que la Comisión Europea facilita como plataforma de resolución de litigios en línea y que se encuentra disponible en el enlace <https://ec.europa.eu/consumers/odr>.

vocento

[Contactar](#) | [Aviso legal](#) | [Condiciones de uso](#) | [Política de privacidad](#) | [Publicidad](#) | [Mapa web](#) | [Política de cookies](#)