

Serranía Suroeste (Sevilla), Sierra Morena Cordobesa

LA INNOVACIÓN ABRE CAMINOS

MARIBEL AGUILAR. Texto y fotos



La innovación tecnológica y comercial abre nuevas vías a los productos locales. Ejemplos como la recuperación de residuos, las mejoras en el envasado de aceitunas, los embutidos de caza o la creación de Museos de productos alimentarios señalan un buen camino para la diversificación.

ciudad se creó para poner en marcha el proyecto y hoy emplea a veinte personas, aunque de momento sólo trabajamos en la comarca y fuera hacemos demostraciones, como en Jaén, con el ramón del olivo, o en zonas vitícolas con el sarmiento”. La inversión acometida en investigación y desarrollo ha sido cuantiosa y todavía es un lastre: “Sin la ayuda del LEADER+ no se podría afrontar este desembolso, pero no cubre los gastos que ha supuesto inventar todo desde la nada. Esperamos transferir el sistema y que la demanda aumente cuando se difundan los beneficios del proceso, entre los que destaca la fabricación de biomasa y de material para tableros”.

Calidad en el trabajo

El Grupo Serranía Suroeste Sevillana ha elegido la línea “Calidad de Vida” como orientación para su trabajo en el marco de LEADER+. Una de sus prioridades es apoyar a las pequeñas y medianas empresas de productos locales y de servicios a la población. Este objetivo lo comparte con las nueve asociaciones de desarrollo que le acompañan en el grupo de trabajo “Hábitat Natural” creado para fomentar la cooperación entre territorios dentro del Programa de Desarrollo Endógeno de Zonas Rurales, PRODER, de Andalucía y en el que también participa un GAL portugués. Como coordinadores

El Centro de Interpretación del Vino Ecológico de Villaviciosa es una iniciativa de una familia de agricultores de la localidad.

La recuperación de residuos orgánicos es la actividad realizada por la empresa Trabisa, cuya sede se encuentra en San Antonio de Requena. Para disminuir los costes del proceso de recogida y manipulación de los residuos, Trabisa presentó al GAL Tierras del Interior de Valencia un proyecto de diseño y realización de maquinaria capaz de minimizar los costes y rentabilizar los residuos procedentes de montes, campos y jardines, como explica Francisco Ramos, uno de los promotores del proyecto: “El sistema permite aprovechar un recurso infrautilizado. Consiste en recoger los residuos donde se producen y preparar unas balas compactas que después se convierten en material para conglomerado o en compost orgánico. Permite transformar un desecho peligroso por riesgo de incendio, en un bien que genera beneficios”.

Esta empresa es, según sus cuatro promotores, una ‘gestora de valorización de recursos’: “La so-

del mismo, están apostando por la promoción turística y la mejora de los proyectos de cada zona a través del intercambio de ideas y experiencias, así como con la creación de rutas de recursos monumentales.

El grupo sevillano ve en la colaboración con los agentes del territorio uno de los principales soportes para su trabajo, como ocurre con la dinamización e intercambio de información entre el GAL y la red de agentes de desarrollo local. Los ADLs son los informantes y los orientadores que preparan el camino al Grupo.

El Museo del Jamón de Arcena tiene como meta aumentar el impacto del sector jamonero en la economía de la zona

Serranía Suroeste Sevillana quiere construir igualmente una red de residencias de calidad para ancianos, una red de apicultores y una red que enlace cada uno de los pasos del proceso productivo de los derivados de la piedra, ya que este recurso se obtiene y se procesa en la zona. El problema fundamental del sector de la piedra es el anquilosamiento del sistema de trabajo, por lo que desde el Grupo se han apoyado iniciativas de modernización de instalaciones, como la presentada en el término municipal de Paradas por la empresa Paradeña de Pavimentos, que gestiona Andrés Vega: “Hemos adquirido una máquina cortadora y clasificadora que nos permite mejorar considerablemente las condiciones de nuestros trabajadores y aumentar la producción, puesto que el proceso es más rápido y eficiente. Y con ello damos respuesta a una mayor demanda y puede que incluso tengamos que contratar a más personal en breve”. Esta alimentadora y pulidora deja atrás horas de polvo y de pesadas cargas para los jóvenes que realizaban las tareas.

El proyecto concluirá en mayo de 2004 cuando se adquieran una paletizadora y una prensa: “Las máquinas son sólo una parte del proyecto, ya que ese apoyo económico del Grupo ha sido un detonante y nos ha animado a hacer obras y a acondicionar las instalaciones, aunque esto no entre en la petición de subvención”.

Los resultados de esta experiencia resultan tan positivos que esta solería se plantea incluso introducir las Normas de Calidad 9001 y 14001: “Queremos apostar por la calidad y por el respeto al medio ambiente y ya hemos empezado con los trámites de la certificación. Te lo pide el mercado y tienes que responder”.

Otro de los pilares fundamentales de la economía de los municipios agrupados en el GAL Serranía Suroeste Sevillana es el olivar. En la zona se cultiva y se procesa la aceituna tanto para la fabricación de aceite como para su preparado como encurtido. Este último producto se ha respaldado en un proyecto de envasado con el sistema PET promovido por el empresario Luis Salas, que se realizará en Morón de la Frontera: “Somos una parte de la industria olivarera, puesto que servimos a otras empresas agroalimentarias que cultivan y recogen la aceituna. Pero teníamos una limitación a la hora de trabajar que hemos resuelto con la instalación de un sistema de envasado y termosellado que nos permitirá mejorar considerablemente el producto final”. La cadena de montaje permitirá modernizar el proceso actual, en el que se producen riesgos como la rotura de los frascos o la pérdida de calidad del alimento al ser transportado en determinadas condiciones: “Tenemos clientes en Estados Unidos que están esperando esta nueva presentación, porque permite trabajar con mayor libertad en restauración y en superficies comerciales, ya que el bote de plástico es más cómodo y con el termosellado, se mantienen las cualidades de la aceituna”, explica Salas.

Un sistema pionero

La idea es seguir prestando servicios a otras empresas agroalimentarias que suministren la oliva y después de envasada, la pongan en el mercado: “Nuestros clientes necesitaban este cambio, y para adaptarnos ha sido fundamental el apoyo LEADER+. Pero nuestra experiencia va a resultar muy positiva para todo el sector, porque somos los primeros que implantan el sistema PET y si sale bien, las empresas grandes irán detrás y eso será ventajoso para toda la zona”. Hoy el valor añadido que se deriva de este método de envasado se queda en Cataluña y en la Comunidad Valenciana, puesto que en Andalucía, a pesar de ser la mayor productora de aceituna de mesa, no existen plantas procesadoras con la tecnología necesaria.

Las etiquetas que acompañarán a las aceitunas de la Serranía Suroeste irán en todos los idiomas de la Unión Europea: “Trabajamos para multinacionales y la exportación es un mercado que crece cada temporada. Por eso es importante minimizar los riesgos y los costes derivados del transporte, porque el cristal pesa y el plástico termosellado anima a los com-

El Grupo LEADER de la Serranía Suroeste Sevillana ha apoyado mejoras en el proceso productivo de los altramuces.



Derivados de la miel, queso, jamón y otros productos de calidad elaborados en la Sierra de Aracena se comercializan en el Capricho Serrano.

pradores de otros países”, resalta el empresario. Según las estimaciones realizadas, los novecientos tarros de cristal que ocupan hoy un bloque serán sustituidos por mil cien cajas de plástico, en las cuales también aumenta la capacidad con respecto a un tarro. A estos menores costes se añade un descenso del volumen de residuos: “He visitado Estados Unidos en varias ocasiones para conocer los sistemas que se utilizan allí. El residuo se paga por volumen, el vidrio es más difícil de reciclar que el PET. Ver que otros lo hacen y funciona, te empuja a meterte en la inversión y creer que puede salir bien, e incluso transferirse a otros productos”.

La diversificación de la economía es otro de los objetivos que intenta abordar el GAL Serranía

UN VALOR DIFERENCIADO

Los productos de la Sierra con señas de identidad propias tienen un rincón reservado en la tienda Capricho Serrano, ubicada en Aracena y gestionada por María José Moreno. El establecimiento abrió sus puertas la última primavera y desde entonces, sus promotores están guerreando por salir adelante: “Nos trasladamos desde Valencia hasta la Sierra de Aracena hace 20 años buscando su miel, porque la flora de estos parajes produce el mejor polen de España y este producto es muy apreciado por el consumidor alemán. Pero nunca habíamos tenido la oportunidad de vender nuestros propios productos y el margen de beneficio era mínimo. Así que nos planteamos montar una tienda en la que además de productos derivados de la miel, como propoleo, jalea o cosméticos, vendiésemos queso, jamón y otros productos de calidad elaborados en la Sierra”. Añade: “Es muy difícil mantenerse, porque los españoles todavía no conocen lo suficiente las cualidades de los productos artesanos y no están dispuestos a pagar lo que cuesta producirlos. Esto no ocurre con los extranjeros, que vienen expresamente a comprar a la tienda y saben pedir perfectamente lo que buscan. Creo que todavía tenemos que difundir el valor de nuestros productos y apoyar a los pequeños emprendedores, como hacen, en la medida de sus posibilidades, los Grupos LEADER”.

Como productores de miel, han padecido la inestabilidad de las cosechas: “Un año puedes recoger 12.000 kilos de polen y al año siguiente, 3.000 kilos, y de miel, de 5.000 a 300 kilos, y no todos los años hay de todas las monoflorales que elaboramos. Montamos la tienda buscando diversificar el riesgo y poder quedarnos en el pueblo”.



Suroeste Sevillana con el apoyo a empresas agroalimentarias tales como Hermabar, destinada a la elaboración de altramuз en el pueblo de Paradas. Hasta que cada grano de la variedad local de *Lupinus albus* llega a la mesa del consumidor tiene lugar un complejo proceso de selección que ha hecho sufrir a muchos trabajadores, sobre todo a las mujeres, que se encargaban tradicionalmente de escoger entre miles y miles de granos aquellos que pasarían al mercado final. Pero superar esta parte de la elaboración del encurtido de manera rentable era una tarea compleja, según Manuel Barrera, administrador de la sociedad: “Tuvimos que recorrer Italia, Norteamérica, Inglaterra y Brasil para encontrar la tecnología que solucionara nuestra necesidad y tras hacer diversas pruebas, se diseñó a medida una máquina que realiza una selección por color mediante una visión artificial”. Antes ningún operario quería ocuparse de esta tarea, porque resultaba estresante y agotadora. “Esta es otra manera de entender la calidad, no sólo en el producto, sino también en las condiciones laborales. Hoy continúan dos personas en la selección del altramuз, pero el trabajo que adelanta la máquina es muy de agradecer”, añade.

La siembra de esta leguminosa se produce en octubre y la recogida, a comienzos de verano. Para entonces ya estará en marcha la segunda parte del proyecto apoyado por LEADER: “También hemos adquirido una cerradora automática que nos permitirá aumentar la producción y crear tres empleos. Es curioso, pero mis trabajadores ya no se asustan cuando ven llegar una máquina, antes sí, porque temían que eso hiciera innecesaria su presencia. Ahora saben que nueva tecnología significa el mismo volumen de trabajo, aunque distinto y de mejor calidad”.

La Sierra, garantía de calidad

Los consumidores identifican a los productos agroalimentarios derivados de sistemas de producción tradicionales con calidad. Pero esta es una circunstancia poco aprovechada por las economías rurales, que empiezan a desper-

tar gracias a pequeños proyectos que diferencian y posicionan a estos alimentos en un mercado muy agresivo. Conocedor de estas potencialidades, el Grupo de Desarrollo Sierra Morena Cordobesa está apostando por las iniciativas orientadas hacia la diversificación de su economía utilizando los productos locales.

La caza es uno de los subsectores emergentes, que despierta un especial interés entre el equipo del Grupo. En 2003 repetirán como organizadores de la Feria Intercaza, cita que llega a su séptima edición y que se consolida como motor del desarrollo en la comarca, arrastrando tras de sí al turismo deportivo, al gastronómico y al cultural, además de potenciar la producción de artesanías como el cuero e incluso, la carne.

La modernización del proceso productivo de los derivados de la piedra ha recibido apoyos del Grupo LEADER de la Serranía Suroeste Sevillana

La chacinería artesana de carne de caza de la Sierra Morena Cordobesa es famosa entre sus visitantes. Los turistas amantes del sabor suelen informarse de la ubicación de la empresa “El Canito”, gestionada por Pedro Cano desde la población de Villaviciosa de Córdoba. Este emprendedor comenzó a elaborar embutidos de ciervo y jabalí en el año 2001: “Antes trabajábamos en casa, acudíamos a las monterías y entre los miembros de la familia, preparábamos los embutidos. Ya recibimos apoyo de LEADER II para construir una nave de trescientos metros cuadrados y este año, también con el respaldo del LEADER+, abriremos unas nuevas instalaciones con dos mil metros cuadrados de planta para ampliar la producción”, explica.

La pasada temporada, los trabajadores de “El Canito” recogieron las piezas de más de doscientas monterías, cantidad que se tradujo, desde octubre a febrero, en 6.000 ciervos y 2.700 jabalíes: “Hace 10 años la gente no conocía la carne de caza y en muy pocos restaurantes podías comerla, pero esto ha cambiado y hoy nos piden estos productos, que además se adaptan en gustos y presentaciones a lo que los consumidores demandan”, describe Pedro Cano.

La empresa familiar ha ido creciendo, hoy son quince los jóvenes que trabajan en la chacinería y esta cifra ascenderá a veinte con la puesta en marcha de las nuevas naves.

Sierra Morena Cordobesa coordina el grupo de cooperación del PRODER Andaluz “Reorientación de las economías comarcales a través de los recursos endógenos”. El gerente del GAL, Ervigio Núñez, presta una especial atención a la valorización de los productos locales basados en los recursos naturales y culturales: “Tenemos claro que la caza nos diferencia y nos consolida como destino turístico por nuestra gastronomía, nuestros montes, nuestra naturaleza... Son muchos atractivos y empleos los que se esconden detrás esta actividad y al Grupo nos toca evidenciarlo”.

Museo del vino ecológico

Entre el legado del paciente trabajo de la tierra ha quedado el aroma del vino. Las generaciones de la familia Gómez han cuidado las viñas del municipio serrano de Villaviciosa década tras década hasta llegar a las manos de Gabriel: “Elaboramos el vino con un sistema de producción ecológico, pero lo hacíamos sin ponerle nombre hasta que unos jóvenes alemanes nos explicaron que en Europa los consumidores buscaban estos productos, por su calidad y su respeto al medio ambiente. Fuimos los primeros agricultores en ecológico de Andalucía y antecesores del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad”. Después del vino, llegó el aceite ecológico. Pero el proyecto presentado al LEADER+ va un paso más allá: “La gente desconoce la cultura del vino y cómo se elabora, pero nos dimos cuenta de que los visitantes tienen curiosidad, así que se nos ocurrió crear un Centro de Interpretación



La recuperación de residuos orgánicos es la actividad realizada por la empresa Trabisa, cuya sede se encuentra en San Antonio de Requena.

La chacinería artesana de carne de caza es un recurso emergente en la Sierra Morena Cordobesa.

del Vino Ecológico en el que el profano pueda tener su primer contacto con la enología y la viticultura, y el iniciado profundice en el sistema de elaboración de estas tierras de Sierra Morena". La oferta comenzará con un paseo por las viñas con los antiguos aperos en el que se irán explicando los trabajos que precisan las cepas desde que se injertan hasta que cada otoño dan sus preciados racimos. Después se recorrerá el Centro acompañando a las uvas en su ruta del campo a la botella. Además de conocer el papel del hombre en este proceso, los visitantes se acercarán al día a día de los productores ecológicos y a la evolución del sector del vino en Villaviciosa, donde hoy quedan tres bodegas.

La intención que subyace es enamorar al consumidor español: "Las 30.000 botellas que producimos anualmente se distribuyen entre Alemania, Suiza, Inglaterra, Holanda y, este año, también en Japón. Sería muy interesante, sobre todo para los productores ecológicos, que aumentara la demanda en España, porque no podemos competir con las grandes bodegas si no lo hacemos diferenciándonos en calidad y en respeto al medio ambiente".

Saber hacer y saber vender

Gabriel Gómez aprendió de los viticultores italianos ese sentido práctico de "hacer para vender bien". Los museos son un estupendo escaparate para las obras de arte y parece que en los últimos años están abriendo sus vitrinas a los productos agroalimentarios enraizados en la cultura popular. En este caso, la iniciativa ha partido del Ayuntamiento de Aracena, que pondrá en marcha a principios de 2004 el Museo del Jamón Ibérico, como nos explica el alcalde de la localidad, Manuel Guerra: "El aprecio del consumidor hacia el jamón ibérico crece continuamente, pero realmente no llega a conocer cómo se consigue ese sabor. Pensamos que éste era el mejor lugar, porque en las dehesas de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, protegidas por la figura de Parque Natural, se crían los 'guarros' y en nuestros pueblos se secan los jamones". El proyecto tiene como meta aumentar el impacto del sector jamonero en la economía de la zona: "Es una parte de un proceso que comenzamos en 1996 con la recuperación de la antigua Feria del Jamón, que se perdió en 1970. Aracena cuenta con la Gruta de las Maravillas que recibió el pasado año más de 150.000 visitantes, pero el jamón despierta un gran interés y la mejor manera de apreciarlo es conociendo cómo se elabora. Estos turistas se quedan a comer en la Sierra y si tiene actividades diversas, duermen y pasan aquí varios días.



No hay que atraer a la gente, porque ya viene, sino conseguir que se quede".

El Museo, que empleará a diez trabajadores, contará con seis salas en las que se introducirá al visitante en el ecosistema de la dehesa, las poblaciones de la Sierra, el cerdo ibérico, la matanza, el jamón y por último, en una sala gastronómica presidida por el conocido lema "Del cerdo, hasta los andares".

Este proyecto significa un paso más de un largo camino emprendido en la etapa LEADER II por el Grupo Sierra de Aracena y Picos de Aroche. La gerente del GAL, Elvira Porres, describe cómo ha visto evolucionar este territorio protegido gracias a la cultura gastronómica: "La Sierra tiene muchos atractivos turísticos, pero hasta los últimos años no se ha conseguido concienciar a la población, a los restauradores y a los comerciantes, de que el patrimonio gastronómico es un recurso diferenciador. Desde el Grupo promovimos jornadas monográficas y editamos varias publicaciones, y lo cierto es que hemos logrado que los restauradores tomen la iniciativa, como ocurre con la gastronomía micológica, que hoy es excelente en la Sierra, no sólo en las casas de los serranos, sino también en los establecimientos turísticos, donde incluso se pueden comprar hongos envasados". 🍄

Serranía Suroeste Sevillana
Telf.: 955 847 064
E-mail: serrania@serraniasuroeste.org
Sierra Morena Cordobesa
Telf.: 957 350 273
E-mail: gdr@sierramorena.org