



Principado de  
**Asturias**



# Intervención

Jueves, 6 de noviembre de 2025

## INTERVENCIÓN DEL PRESIDENTE DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS, ADRIÁN BARBÓN

### 75 Aniversario Fabada Litoral

Gracias por haberme invitado a esta conmemoración. Durante los años que llevo en la presidencia del Principado he tenido la oportunidad de asistir a muchos actos, pero les aseguro que muy pocos tienen tanto sabor como éste.

Porque este aniversario sabe a Asturias por todas partes. Esta afirmación responde bastante más que a un juego de palabras. Voy a intentar explicarme.

La fabada es el plato típico de nuestra comunidad por antonomasia. En cualquier lugar del mundo, decir fabada es decir Asturias.

Por lo tanto, la marca Litoral lleva 75 años llevando el nombre de Asturias por todos los países donde se vende su conserva. Esto no tiene nada de anecdótico, es algo bastante más importante que las meras palabras del etiquetado de la lata. Supongamos que sucediera al revés: que el nombre del Principado estuviera asociado a un producto insípido, poco apreciado y de mala calidad. Con seguridad, nos molestaría. Pues con Litoral el sentimiento debe ser el contrario: un motivo de orgullo.

Demos un paso más. Una vez consolidada en el mercado, Litoral –o Nestlé, propietaria desde 1985- podía haber tenido la tentación de desligarse de sus comienzos, de romper amarras y desentenderse de su anclaje gijonés. Nada de ello: su estrategia comercial siempre se ha basado, y con éxito, en reforzar su vinculación con Asturias. Todos recordamos sus famosas abuelas –o, mejor dicho, güelas-, un guiño evidente a la tradición y al origen del plato.

La evolución empresarial demuestra el acierto de esa decisión. He leído que la producción anual equivale al trayecto entre Gijón y Praga, más de 2.100 kilómetros de distancia. No sé cuántos botes de Litoral equivalen a esa longitud, pero desde luego son muchos. Hagamos el esfuerzo de imaginarlos todos juntos, uno tras otro, como una hilera interminable que atraviesa Europa hasta llegar a Gijón, y nos daremos cuenta de la magnitud que supone.

Pero el marketing nunca garantiza el buen resultado y menos, como en este caso, cuando no estamos refiriéndonos a un fenómeno fugaz, sino



## Intervención

permanente. Tres cuartos de siglo de crecimiento empresarial no pueden responder a una campaña de publicidad, sino a que, realmente, se ofrece un buen producto. Desde luego, y a la vista de los números, un producto que complace a los consumidores.

Para mí, esa es una de las cuestiones más relevantes de esta conmemoración. Voy a ahorrarme nombres de otras compañías porque no sería apropiado citarlas en este acto, pero todos sabemos citar de corrido unas cuantas que identifican Asturias con la calidad agroalimentaria. Asturias es, en sí misma, una gran marca de calidad.

Jordi Llach, director general de Nestlé en España, o Isabel Velasco, directora de esta fábrica, sabrán mejor que yo la relevancia de este hecho cuando estamos viviendo una transformación global de la oferta gastronómica. A la proliferación de la comida rápida con los estándares raspados para participar en el mercado está siguiendo una reacción exigente de los consumidores, más preocupados por los orígenes y las cualidades de los productos.

Ahí, en ese campo, Asturias tiene muchísimo que ofrecer. Litoral es un ejemplo de lo que puede dar de sí la industria agroalimentaria, llamada a convertirse en uno de los vectores de desarrollo durante los próximos años. Asumámoslo como un desafío, porque para el medio rural abre una oportunidad de crecimiento, actividad económica y empleo. Pienso en platos preparados, carne, leche, quesos, yogures, toda clase de productos distinguidos con el sello de calidad de Asturias.

Por fortuna, Nestlé lo tiene claro. La fábrica de Sebares, su otra instalación en el Principado, se ha convertido ya en un referente europeo en nutrición infantil. Hoy mismo nos han confirmado una nueva inversión para modernizar esta factoría de Gijón, que eleva a siete millones el desembolso de los últimos cinco años. Todas esas acciones se han orientado a asegurar el porvenir de esta planta, que da empleo a más de un centenar de trabajadores. Porque de eso se trata, también: de no conformarse con haber alcanzado un logro, sino de continuar innovando y mejorando para consolidarlo.

El 75 aniversario de Fabada Litoral es una efeméride feliz para la marca, para su plantilla, para Gijón y para Asturias. Ahora toca seguir sumando cumpleaños, para que dentro de mucho tiempo puedan seguir celebrando esta historia empresarial de éxito con la exclamación que todos conocemos: “¡Abuela, esto está de muerte!”.

Muchas gracias.