

NUESTRAS CARNES



Iñaki Orcaray y José Mari Urdín
Cocineros del restaurante Bi Sisters.

Bi Sisters: la primera hamburguesería kilómetro cero de Navarra

Dos Hermanas representa un curioso paraje natural formado por la erosión del río Larraun al partir una enorme roca en dos grandes peñas. Como en una vereda de gigantes, las rocas se alzan desafiantes hasta conformar un mirador casi permanentemente sobrevolado por los buitres. A su falda, se encuentra el pueblo de Irurzun, en el que Iñaki Orcaray tiene sus vacas y José Mari Urdín ayudaba a su padre a hacer el pan. Pero estos amigos de toda la vida decidieron cambiar de hermanas, y un día, visto el éxito que tenían las hamburguesas caseras que Iñaki preparaba y el pan tan rico que amasaba José Mari, se propusieron abrir una hamburguesería en Pamplona: Bi Sisters.

Definida por ellos mismos como *“la primera hamburguesería kilómetro cero de Navarra”*, se trata de un establecimiento de hostelería moderno pero con el epicentro situado en los productos locales. Así, la carne de ternera es de la I.G.P. Ternera de Navarra/Nafarroako Aratxea; los embutidos de cerdo de la raza autóctona *“Euskal Txerri”*, que la marca de Reyno Gourmet Embutidos Maskarada elabora en Lekumberri. El vino es de la Denominación de Origen Navarra; y la chistorra, carne de pato, huevos camperos, tomate, lechugas, productos lácteos e incluso la sal, proceden también de empresas acogidas a la marca Reyno Gourmet. *“De ahí nuestro eslogan, que nos define a la perfección: el burger de aquí”*, resume Orcaray.

Pero además de los productos autóctonos y de calidad, estos dos socios se han propuesto como objetivos: una alimentación

sana, el desarrollo sostenible y el respeto por el medio ambiente, pilares de la filosofía kilómetro cero. Por eso, ***“aspiramos a relaciones sólidas y de mutua confianza con nuestros proveedores. No sólo se trata de vivir cerca, sino de ser realmente cercanos. Por eso nuestro proyecto no es sólo nuestro, es también de nuestros clientes, nuestros colaboradores y nuestros proveedores. No entendemos otra forma de hacer negocios. Y esta filosofía la plasmamos tanto en nuestro local como en nuestras acciones promocionales”***.

Aseguran que están aprendiendo muchísimo sobre la marcha. Están en una zona universitaria y los precios son relativamente competitivos. Aun así, el trabajo es duro y deben esforzarse mucho por sacar adelante un negocio en el que creen cien por cien. *“Ha habido gente que nos ha dicho que mezclemos la hamburguesa de ternera con cerdo porque así podríamos reducir costes. Pero no hemos querido. Nuestro producto responde a lo que decimos. Y las hamburguesas de Bi Sisters están hechas con chuleta de Ternera de Navarra”*. Excepto, claro está la vegana y la de pollo, que también están hechas en casa; porque otra idea que tuvieron clara desde el principio fue que en su hamburguesería también debían tener su sitio los clientes minoritarios como veganos o celíacos. ***“La carta está pensada para que pueda venir todo tipo de clientela”***.

Están muy satisfechos de los meses que llevan abiertos: *“Nos rompemos la cabeza para intentar hacer algo diferente y vemos que la gente lo aprecia. Y ahora tenemos además hamburguesa de vaca Betizu, una raza autóctona de la zona de Navarra, que es muy apreciada y gustosa y cuyo manejo es en producción ecológica”*.



Ternera de Navarra



Miguel Ozcáriz

Ganadero y Presidente de la IGP Ternera de Navarra

“Nuestro principal reto ahora es el de contrarrestar las informaciones negativas sobre la carne.”

Para el presidente de Ternera de Navarra, si los consumidores demandan cada vez más alimentos sanos y sostenibles, *“entonces estamos más que a la altura, porque el nuestro es un producto fresco, natural, y con un precio muy competitivo. Pero además, la carne de Ternera de Navarra aporta proteínas de alto valor biológico, imprescindibles en la dieta equilibrada de niños, adolescentes, y mayores por lo que constituye un alimento que no debe desaparecer de la dieta”*.

Asegura que *“debemos reflexionar sobre el futuro de la IGP, del sector productor y del sector cárnico, y a partir de ahí, decidir el camino a seguir y tomar decisiones: potenciar la raza autóctona, apostar por nuevos formatos de venta y nuevas formas de comercialización, etc”*.

Según los datos que maneja el Consejo Regulador, cerca del 80% de los consumidores conoce y aprecia la carne de Ternera de Navarra. Aun así, Miguel Ozcáriz demanda más apoyo para seguir promocionando el producto y para llegar al sector de la restauración *“al que en ocasiones no llegamos por precio, porque algunos establecimientos prefieren comprar a proveedores que trabajan con producto que no es local, que proviene de la importación y que resulta más barato. Falta compromiso con el producto local y el precio no puede ser una excusa”*.

Por ello, asegura que *“debemos seguir trabajando duro en el tema promocional y estaría bien establecer sinergias con otras Marcas de Calidad para aunar esfuerzos y desarrollar promociones en común”*. ¿Y a qué mercado irán destinadas esas promociones? Para Miguel Ozcáriz, está claro: *“la carne de Ternera de Navarra sólo se comercializa en su zona geográfica de producción, por tanto en mercados de proximidad, carnicerías tradicionales, supermercados y distribución organizada de Navarra. Debemos seguir apostando por la calidad, la sostenibilidad, el medio ambiente y sobre todo por garantizar un modo de vida en la montaña de Navarra. Sin la ganadería extensiva sería muy complicado mantener nuestros pueblos, nuestra diversidad y la garantía de un producto autóctono. Hay que tener en cuenta que bajo el amparo de Ternera de Navarra se acogen más de 500 explotaciones ganaderas, 17 comercializadoras y 175 puntos de venta, así como 9 industrias cárnicas, en la mayoría de las ocasiones todas ellas ubicadas en el medio rural”*.



Distribución geográfica

Toda Navarra excepto Bardenas

Producción - 2017	2.087.821 kg de Ternera
Total operadores inscritos - 2017	697
Explotaciones - 2017	501
Industrias cárnicas inscritas	9
Elaboradores-abastecedores	12
Puntos de venta	175

Miguel Ozcáriz es agricultor, un oficio no hace tanto tiempo mayoritario en una tierra que era predominantemente rural. Al igual que su abuelo y su padre, ha dedicado su vida a la ganadería de vacuno, especialmente de la raza pirenaica que dio lugar a la IGP Ternera de Navarra, y de la que desde hace cinco años es el Presidente. Esta IGP tiene el honor de ser **el primer Consejo Regulador de España que se acreditó por ENAC** en el cumplimiento de la norma destinada a las entidades de certificación de producto, un camino que luego siguieron muchos otros. Desde entonces, la IGP continúa trabajando en el reconocimiento y promoción de una carne originaria de Navarra y producida mediante el aprovechamiento de los recursos naturales de manera sostenible y el respeto al medio ambiente.

Ahora, 24 años después de su nacimiento, Ozcáriz tiene claro cuál es el principal reto al que se enfrenta la IGP: *“contrarrestar las informaciones negativas sobre la carne que cada poco tiempo inundan los medios de comunicación, en lo que supone una cierta moda de rechazo a la carne que se está instalando en el consumidor y que, creemos, no tiene un fundamento científico claro”*.



Cordero de Navarra

“La carne de Cordero de Navarra, dentro de una dieta equilibrada, constituye un alimento fresco, sostenible y de una gran riqueza nutricional.”

manera de hacer que consiste básicamente en recoger todo el saber atesorado durante siglos por nuestros pastores, complementado con toda una serie de procesos de control de calidad”.

Quizá por ello, se muestra muy optimista respecto al futuro y tiene muy claros sus objetivos: *“ganar cuota de mercado, tener una mayor presencia en la hostelería, contrarrestar las corrientes de moda contrarias al consumo de carne y ofertar al consumidor cortes y formatos más fáciles de cocinar y preparar”.* Para trabajar en este último punto, participaron en una campaña con INTEROVIC, *“que ha funcionado muy bien”* y ahora están trabajando en el concepto de sostenibilidad *“hay que tener en cuenta que es una carne que procede de animales que pastorean y que fija la población en el medio rural”.*

Según un estudio reciente de la Unión Europea, los consumidores demandan cada vez más alimentos sanos, pero ¿responde el Cordero de Navarra a estas exigencias? *“Rotundamente sí. La carne de Cordero de Navarra, dentro de una dieta equilibrada, constituye un alimento fresco, sostenible y de una gran riqueza nutricional puesto que contiene vitaminas del grupo B importantes, como vitamina B12, y minerales como hierro, sodio o zinc”.*

A pesar de ello, será necesario continuar trabajando muy duro porque, como señala Ayechu, *“nuestro producto no sale a mercados exteriores porque la producción y comercialización es local, de proximidad. Lo que sí sufrimos, sobre todo en determinadas épocas del año, es la entrada de mucha carne de cordero de otros países a precios mucho más bajos y esto lógicamente hace un enorme daño a nuestros productores”.*

Para Ayechu, aunque los consumidores respaldan los productos amparados por las Marcas de Calidad, el sector de la restauración se muestra más reticente. *“Los últimos datos de INTEROVIC nos dicen que el comprador cada vez valora más la procedencia del producto. Y esto puede ser perfectamente trasladable a los restaurantes que pueden ofrecer productos locales y de calidad como un claro valor añadido”.*

Y termina con una propuesta: *“desde nuestro punto de vista debería mejorarse la promoción de las marcas de calidad mediante un apoyo más contundente desde la propia Administración. Tal vez debería existir un plan de promoción que aunara nuestra IGP con otras Denominaciones y Marcas de Calidad para ofrecer una visión integral de los productos de nuestra tierra”.*



Javier Ayechu

Ganadero y Presidente de la IGP Cordero de Navarra



	Distribución geográfica	Toda Navarra excepto Bardenas.
	Producción - 2017	29.650 corderos - 270.721 kg
	Total operadores inscritos - 2017	237
	Explotaciones - 2017	132
	Industrias cárnicas inscritas	6
	Elaboradores-abastecedores	7
	Puntos de venta	92

Pocos platos hay tan tradicionales y apreciados como el Cordero de Navarra, presente en prácticamente todas las festividades y celebraciones de nuestra tierra en forma de calderete, costillitas al sarmiento, cordero con caracoles o con alcachofas, jarretes, al chilindrón, menestra, menudicos con sangrecilla (txuri eta beltz)... La lista es interminable. Y sin embargo, su consumo ha descendido drásticamente en los últimos años debido a que quizá no ha sabido adaptarse a otro tipo de formatos y preparaciones que son los que nos exigen los nuevos modelos familiares y sociales. Detrás, subyace también una cierta “tendencia” a considerar el consumo de carne como algo poco saludable. Sin embargo Javier Ayechu, pastor de Carcastillo y presidente de la IGP Cordero de Navarra, lo tiene claro: **“es un producto sano, de paladar exquisito y fruto del trabajo y buen hacer de los pastores navarros mediante el método de pastoreo sujeto a un territorio”.**

Javier Ayechu lleva muy poco tiempo al frente de la IGP pero toda una vida dedicado al pastoreo de ovejas. Presume de dedicarse a la actividad económica más vieja de esta Comunidad, *“podemos echar la vista atrás y se remonta a hace más de mil años suponiendo una auténtica correa de transmisión de valores sociales”;* y tiene clara cuál es la filosofía de la IGP: *“ofrecer un producto de calidad y sostenible, ligado a un territorio y a una*



Malena San Millán (Cooperativa Vacuno y Ovino de Navarra)

La nueva gerente de la Cooperativa del Ovino y Vacuno de Navarra asegura que desde todos los sectores *“debemos hacer un esfuerzo para informar. Es importante que los consumidores conozcan de primera mano qué implican las Marcas de Calidad y cómo a través de las mismas, se garantiza la producción con garantía alimentaria, trazabilidad y calidad contrastada además de potenciarse el desarrollo rural sostenible de la región”*.

Y para ello, y sobre todo para llegar a los nuevos cliente potenciales, aboga claramente por la adaptación: ***“soy de la opinión de que las IGP’s deben adaptarse a los nuevos tiempos en materia de comunicación y de cómo llegar de una forma eficiente al público objetivo más joven. Es necesario seguir transmitiendo los principios y valores que aportan a la sociedad porque, en general, los más jóvenes están acostumbrados a la inmediatez y la mayor parte de la información que consumen y asimilan, es la que les llega a través de redes sociales y están altamente influenciados por modas y referentes que conocen a través de las mismas, por eso, tenemos que llegar a ellos desde estos medios. Paralelamente debemos hacer que los productos acogidos, sean accesibles económicamente al público más joven, con un nivel adquisitivo, tradicionalmente, más ajustado, lo que nos va a requerir un esfuerzo adicional en hacer más eficientes las explotaciones y suministro en formatos accesibles a ellos”***.

Para Malena San Millán, **las ventajas de apostar por las Marcas de Calidad son indiscutibles:** *“supone poner en valor las propiedades de los productos del entorno más cercano y fomentan la economía sostenible y el respeto al medio ambiente. Son los productores que se acogen a la Denominación los que se comprometen a mantener la calidad de sus productos bajo estándares y ciertos usos tradicionales en la producción que incluye, en función del producto, variedades o razas autóctonas. Y por si esto fuera poco, es un organismo público regulador de la Marca quien vela por el cumplimiento de todos los aspectos mencionados y quien autoriza exhibir el distintivo a los Productores de la zona que cumplen las reglas”*.

A pesar de los retos a los que se enfrenta hoy en día y en los que ya se está trabajando: *“el principal es competir ante un mercado global al que llegan productos alimentarios de cualquier parte del mundo y a precios especialmente bajos. Además, es importante estar disponibles en todo tipo de establecimientos de venta para alcanzar al mayor tipo de consumidores posible. Y por último, hay que llegar a los diferentes segmentos de población, para trasladar la importancia de consumir productos con Marca de Calidad y los valores que aportan a la sociedad, ya que están producidos con garantías nutricionales, en entornos cercanos y mediante métodos productivos totalmente sostenibles”*.





Juanjo Vizcay es carnicero

Su opinión sobre el producto que ampara la IGP no deja lugar a dudas: *“sus propiedades naturales y su sabor tradicional son el resultado de una producción artesanal sin el empleo de métodos artificiales. Después de muchos años de trabajo, el producto está totalmente respaldado por la Indicación Geográfica Protegida, lo que no garantiza que el público esté dispuesto a pagar lo que vale”.*

Ese es también el problema que puede tener la hostelería para no apostar por este tipo de productos. *“En su inmensa mayoría, el sector hostelero busca un equilibrio entre calidad y precio, y, normalmente, estas denominaciones se salen un poco de sus presupuestos. Por supuesto que estarían de acuerdo en consumirlo al mismo precio que los productos que no están amparados por una D.O. pero eso es algo imposible”.*

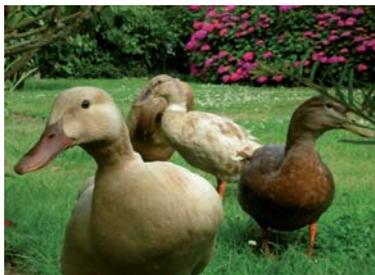
Sin embargo, confía en que los jóvenes se conviertan con el tiempo en consumidores fieles de Cordero de Navarra. *“En general, es un sector de la población mucho más comprometido con el medio ambiente y la sostenibilidad, mientras son jóvenes es complicado que lo consuman, ya que, normalmente, tienen un poder adquisitivo inferior, pero la información la tienen”.*

Y desde luego tiene muy clara cuál es el punto diferencial de los productos certificados con alguna marca de calidad: *“son productos únicos, naturales 100%, de un gran valor nutricional, sin procesado, controlados y certificados...”* ¿Qué más se le puede pedir a un producto de aquí? *“Pues además de lo mencionado, con el consumo de Cordero de Navarra, contribuimos al mantenimiento del medio natural, a la sostenibilidad, al arraigo de las tradiciones, a mantener los montes y campos de una manera natural, a motivar al medio rural para evitar su desertización. Lo complicado es cómo convencer al consumidor que merece la pena consumirlo, y no sólo por lo comentado anteriormente, sino porque culinariamente lo vale, que, en el fondo, es lo que más le importa al consumidor”.*

Otras carnes

INTIA - Reyno Gourmet

Hay experiencias gastronómicas que nos trasladan a su lugar de origen. Y así lo atestigua un paseo por Navarra, entre montes y campos, caseríos y posadas en busca de algunos de nuestros manjares: nuestras carnes. En los apenas cien kilómetros que separan el norte del sur, la Montaña de la Ribera, Navarra presenta una orografía y una climatología muy diferente, lo que ha permitido que tradicionalmente se hayan dado muchos tipos de cultivos y diversos usos ganaderos. Pero además de las carnes certificadas, la Ternera de Navarra y el Cordero de Navarra, en Navarra hay muchos otros productos cárnicos de extraordinaria calidad.



en casi todos los pueblos, carnicerías e incluso todavía casas, si hay un embutido que no falta es la txistorra. Apreciada en las mejores mesas por su intensidad, sencillez y aspecto apetitoso es un tipo de embutido elaborado con carne picada fresca de cerdo y que en Navarra alcanza su máxima expresión y calidad.

Euskal Txerri o cerdo Pío Negro

Es el caso del lechón de producción integrada. La búsqueda de una salida viable para las pequeñas explotaciones de porcino, impulsó la acreditación del lechón híbrido de cerdo Pío Negro o Euskal Txerri. Esta raza autóctona ocupa su espacio en una zona geográfica compartida a ambos lados de los Pirineos. El Euskal Txerri estuvo al borde de la extinción al ser sustituido por razas más productivas y con menor índice de grasa tanto subcutánea como intramuscular. De hecho, en 1980 tan sólo quedaban cincuenta ejemplares de este cerdo rústico, adaptado a las condiciones climáticas de la zona y a la explotación al aire libre. Pero el esfuerzo de técnicos y ganaderos por salvarlo hizo que hoy podamos contar una raza conocida sobre todo por su calidad, por su sabor rústico y por la infiltración de grasa, similar a la que se da en el cerdo Ibérico. Los Euskal txerri se crían en explotaciones familiares de pequeño tamaño alejados de los cánones de la producción porcina intensiva.

Chistorra navarra

Pero si hablamos de cerdo, no podemos dejar de mencionar la txistorra. Navarra es tierra reconocida por sus embutidos artesanos unidos a la cocina popular. Cada zona de Navarra elabora variedades singulares como el relleno o la birika, pero

Carne de potro

La carne de potro es una gran desconocida en muchos sitios, pero en Navarra goza de una considerable tradición. La carne de potro de las razas Burguete y Jaca Navarra, autóctonas de la zona, producida por explotaciones ganaderas locales, vinculados a la tierra, y con total respeto al medio ambiente y al bienestar del animal, puede presumir de tener unos bajos niveles de grasas y calorías y es rica en glucógeno y valor proteico además de en fósforo, magnesio, zinc, cobre y hierro, por lo que es especialmente recomendada en casos de anemia. La exigencia de calidad y su control comienza por el sistema de crianza. Los potros viven en semi-libertad y se alimentan de pastos naturales de prados y valles de Navarra.

Pato, oca y sus derivados

Y si en algo es líder nuestra comunidad, es en la comercialización de productos derivados del pato y oca. La cercanía con la vecina Francia, gran productora y consumidora de esta carne, provocó que en los años 80 fueran surgiendo granjas dedicadas al engorde de patos que hoy en día tienen un enorme prestigio. La mayoría de los patos de Navarra son machos de la raza Moulard, que proceden de un cruce de madre de raza Pequinés, y de padre Barbarie.



María Pilar Perurena, criadora de Betizu

PROYECTO BETIZU

Desde el año 2017, INTIA lidera un proyecto cofinanciado por el FEDER para la valoración de la raza autóctona vacuna Betizu, una de las razas europeas bovinas más singulares por su genética, por su condición de población asilvestrada y por su buen comportamiento en zonas de pastos en los que otras razas no pueden sobrevivir. Entre los objetivos del proyecto se encuentran los de encontrar un producto comercializable competitivo en base a carne de raza Betizu (para lo cual se han llevado a cabo ya diferentes catas organolépticas); definir y tipificar el sistema de producción en base a pastos, con un periodo de finalización en cebo; y elaborar un estudio sobre la caracterización de su carne.

Pero si hay una carne especial por su sabor, por su origen y por su historia, esa es la de vaca Betizu. Se tiene constancia desde hace muchos años que en las montañas Vascas, Navarras y del País Vasco Francés se asienta desde tiempos inmemoriales una población de vacuno denominado Betizu, que vive en régimen de semilibertad, sometido a un escaso o nulo manejo y que constituye una muestra del tronco étnico fundacional de la raza bovina que habitaba los Pirineos. La palabra Betizu proviene del euskara y quiere decir: behi-- vaca e izua—huidiza. La tendencia de los sistemas de producción actuales ha contribuido junto con otros factores a que razas como la Betizu se vean influenciadas por razas foráneas y por otras razas autóctonas con el objeto de obtener productos de mejor conformación carnífera, facilidad de manejo, etc. Afortunadamente, todavía hay lugares donde se pueden encontrar animales puros y uno de ellos está situado en un pequeño pueblo del norte de Navarra, en Goizueta, y concretamente en casa de M^{ra} Pilar Perurena.

María Pilar conoce y vive con vacas Betizu desde siempre *“es la vaca que ha habido siempre en casa y en los caseríos de la zona por lo que le tengo un cariño especial”*. Hace veinte años se decidió a poner a su nombre la explotación de Betizus que tenía su hermano y, desde entonces, lleva trabajando con este ganado que define como *“muy diferente a las demás vacas. Adaptada a la montaña, rústica, huidiza, nerviosa... Sin lugar a dudas, muy especial”*. Actualmente, junto con su marido, se ocupan de unas 30 vacas, *“Betizus puras e inscritas en el Registro”*, de las 621 cabezas (585 hembras y 36 machos) que hay en Navarra distribuidas en 18 explotaciones.

Las Betizu son animales que viven en régimen de libertad y cuyo comportamiento salvaje y huidizo se acopla a las condiciones medio ambientales en las que se desenvuelven. Son ejemplares de escaso porte y cuyo sistema de producción es totalmente extensivo, con libertad de movimientos. De hecho, María Pilar tiene las vacas en el monte, donde pasan todo el invierno *“todos los días les llevamos la comida. El manejo de estas vacas es muy*

diferente a las del resto. Mucho más complicado, más laborioso”. Como contraprestación, es un animal que sirve para *“limpiar”* el monte: *“se meten entre zarzas y allí donde no se puede llegar, ellas se encargan de romper y aplastar matorrales y abrir caminos”*.

Pero sin duda, para María Pilar, lo mejor de la Betizu es su sabor. ***“tiene una carne extraordinaria, riquísima, de una altísima calidad y que destaca sobre todo por una cosa: por su sabor”***. Es la carne que siempre comen en casa así que, lógicamente, cuando salen a un restaurante, casi nunca encuentran una que se le pueda comparar, cuenta divertida. Son ellos mismos los que se encargan de venderla a vecinos y conocidos que contactan con ellos por teléfono para hacer los encargos. ***“Toda la venta la hacemos de forma directa, desde el caserío. Preparamos las piezas que nos encargan y los vendemos aquí”***.

Por si no tuviera poco trabajo, María Pilar es además la presidenta de la Asociación de Criadores de Betizu de Navarra-ASBENA; y también de la Federación que engloba a las Asociaciones de Guipúzcoa, Vizcaya y Navarra. Un trabajo del que se siente orgullosa: *“porque el censo está subiendo, lentamente, pero va aumentando”*. Desde la Asociación se ocupan además de velar por la pureza y selección de la raza y trabajar para elevar el nivel de productividad y rentabilidad de las explotaciones asociadas.