

La IGP Ternera Asturiana apuesta por los jóvenes ganaderos y el producto elaborado

En la webinar organizada por EL COMERCIO quedó patente que el Consejo Regulador espera llegar este año a las 7.000 toneladas certificadas

MARCO MENÉNDEZ



GIJÓN. La Indicación Geográfica Protegida (IGP) Ternera Asturiana no deja de crecer. El año pasado se certificaron 6.826 toneladas, que alcanzaron un valor comercial de casi 34 millones de euros. En lo que va de año siguen aumentando las ventas: «Queremos llegar a las 7.000 toneladas. Somos optimistas». Así lo indicó ayer Rubén Fernández, presidente del Consejo Regulador de la IGP

Ternera Asturiana, que participó en la webinar organizada por EL COMERCIO sobre 'Ternera asturiana: retos de comercialización como oportunidad de futuro'. También participaron Francisco Vázquez, responsable de la sección de Carnicería de Masymas; Sergio Marqués, responsable de

gestión ganadera del departamento cárnico de Alimerka, y Covadonga Álvarez, coordinadora del departamento de producción de Cárnicas Hicor, moderados por el periodista de EL COMERCIO Octavio Villa. Todos ven con optimismo el futuro de esta marca. Lo más importante para seguir

Lo más importante para seguir



Rubén Fernández. **PABLO NOSTI**

«El consumidor cada vez está más convencido de la dura labor que hacemos los ganaderos»

Rubén Fernández
Presidente de la IGP Ternera Asturiana

«Criamos los novillos desde que nacen, los amamantamos desde las primeras horas de su vida, los mimamos. Por eso hay esa pequeña diferencia de precio»

M. MENÉNDEZ

GIJÓN. El reconocimiento de los consumidores es fundamental para la IGP Ternera Asturiana y el presidente de su consejo regulador, Rubén Fernández, está seguro de que «el consumidor cada vez está más convencido de la dura labor que hacemos los ganaderos. Trabajamos en la mejora genética e invertimos mucho para tener los mejores sementales y conseguir buenos terneros que tengan poco hueso, etcétera».

La raza asturiana de los valles estuvo en peligro de extinción en la década de 1980 y, si ahora es lo que es, es gracias «a los ganaderos, que invertimos y tene-

mos mucha afición por recuperar esta raza y mejorarla». Este producto destaca «por el manejo tradicional que tenemos de los animales en explotaciones pequeñas. Las vacas están libres y forman parte de nuestra familia», asegura Fernández.

El consumidor también entiende que esta carne sea un poco más cara que la de ganado criado en grandes explotaciones intensivas. El presidente de la IGP explica que «nosotros criamos los novillos desde que nacen, los amamantamos desde las primeras horas de su vida. Los mimamos. Por eso hay esa pequeña diferencia en el precio».

La IGP certifica la calidad del producto y es importante tanto la labor del ganadero como la del distribuidor y el carnicero. «Todos somos necesarios, porque el consumidor tiene que tener una seguridad de lo que compra», indica Fernández, que espera llegar a las 7.000 toneladas este año.



Sergio Marqués. **DAMIÁN ARIENZA**

«El cachopo resume un poco el tipo de carne en la que destacamos: un filete grande y tierno»

Sergio Marqués
Responsable de gestión ganadera de Alimerka

«Todos tenemos el mismo interés, que es vender la mayor cantidad de carne posible. Una de las labores de la IGP es que vayamos por el mismo camino»

M. MENÉNDEZ

GIJÓN. La raza asturiana de los valles es un tipo de canal que produce filetes muy tiernos y de un tamaño muy grande. Pocas razas pueden ofrecer lo mismo. Por eso, «el cachopo resume un poco el tipo de carne en el que destacamos: un filete grande y tierno», indica Sergio Marqués, responsable de gestión ganadera de Alimerka, quien cree que los cortes y los tipos de carne que consuma la gente irán variando con el tiempo.

Reconoce, no obstante, que «vender ternera asturiana fuera de Asturias tiene una mayor dificultad, a pesar de su renombre». Lo dice el responsable de una

cadena que tiene 40 tiendas fuera de la región, cuyos carniceros han de competir con otros tipos de carne, incluso con denominaciones de origen. «El objetivo es que la gente la pruebe y después decida», indica.

También defiende Marqués la relación que existe entre las empresas y los ganaderos, porque «todos tenemos el mismo interés, que es vender la mayor cantidad de carne posible. Una de las labores de la IGP es que vayamos todos por el mismo camino. Es un juego en el que todos ganamos», asegura.

La IGP Ternera Asturiana tiene que 'navegar' en un mercado muy competitivo, el de la carne autóctona de calidad. Sergio Marqués cree que «tenemos que trasladar al cliente la muy alta calidad de nuestro producto y que es una carne diferenciadora». Y en ello considera fundamental que cada carnicero sea consciente de su labor divulgadora, aconsejando al comprador sobre el mejor producto.