



## **Edurne Pasaban anima a las empresas a focalizar un objetivo y a perseguirlo con motivación y confianza**

La alpinista ha dado una charla a más de un centenar de empresas acogidas a la marca Reyno Gourmet en la que ha afirmado que valores como la ambición, la capacidad de aprendizaje, el hambre de éxito y la pasión, resultan fundamentales para la consecución de cualquier objetivo, desde ascender una cumbre hasta aumentar las ventas de una empresa o posicionar una marca en el mercado.

**29 de noviembre de 2018.-** Más de un centenar de personas pertenecientes a las empresas de la Marca Reyno Gourmet, además de representantes de los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Calidad de Navarra, Producción Ecológica, Producción Integrada y Alimentos Artesanos, se han dado cita esta tarde en el III Encuentro de empresas asociadas a la marca de garantía gestionada por el Instituto de Tecnologías e Infraestructuras Alimentarias (INTIA). El acto ha contado con la presencia de Edurne Pasaban, primera mujer en subir los catorce mil ochocientos metros de la tierra y que acaba de regresar de una expedición solidaria a Nepal para visibilizar la situación de las mujeres en la región y por la que ha sido homenajeada por el Consejo Superior de Deportes y el Instituto de la Mujer.

Pasaban ha centrado su intervención en lo que ha sido y es la pasión de su vida: el montañismo y ha afirmado que, pese a lo que pueda parecer, “hay muchos paralelismos entre subir una montaña y dirigir una empresa. Porque todos tenemos retos, todos tenemos metas que queremos alcanzar, y todos tenemos un K2” refiriéndose, en este último punto, al miedo que a veces nos atreza y al que podemos responder de dos maneras “como víctimas, afirmando que no seremos capaces de alcanzar nuestros objetivos, o como protagonistas, afrontándolos e intentando superarlos”. Edurne Pasabán, ha querido destacar la importancia del equipo como parte fundamental de la vida, porque “el verdadero equipo es aquél que no te deja tirada a 7.500 metros y el que no te abandona cuando pasas por un mal momento” refiriéndose a la depresión que sufrió en 2006 y que le mantuvo durante algunos meses alejada de unas cumbres que





hasta ese momento habían sido su vida. “Solo con la ayuda de las buenas personas, de aquellos que te quieren y te rodean, somos capaces de superar las dificultades”. Ella lo hizo y en el año 2011 logró alcanzar el reto que se había marcado: conquistar las catorce cumbres más altas de la tierra, convirtiéndose así en la primera mujer que lo conseguía.

El acto ha contado además con la intervención de Juanma Intxaurrendieta, gerente de la empresa pública INTIA, que gestiona la marca Reyno Gourmet y que ha repasado además algunas de las acciones de promoción que se han desarrollado este año y que han incluido ciudades grandes, como Bilbao, Madrid, Barcelona o incluso Dusseldorf, algunas otras más pequeñas, como Biarritz o la propia Pamplona e incluso pueblos pequeños como Urraúl, Cáseda o Etxauri en un intento de llegar allí donde se encuentren los consumidores de productos de calidad..

### **Un menú navarro de altura**

¿Qué necesidades nutricionales tiene una persona que va a acometer el ascenso al Everest? Bajo esta premisa, el cocinero, nutricionista y maratoniano, Juan Carlos Fernández, ha presentado un showcooking en el que, guiado por las indicaciones que le ha ido dando la propia Pasaban, ha confeccionado un menú elaborado íntegramente con productos navarros pero respondiendo a las necesidades nutricionales que puede tener una deportista de ese nivel.

Juan Carlos Fernández, que ha cocinado en circunstancias similares a las de un campamento base (con hornillo de gas, una sartén de hierro y fiambreras de las que llevan los alpinistas a sus expediciones) ha elaborado un arroz con Cordero de Navarra y Queso Roncal, importante por su aporte de hidratos de carbono y grasa saludable con un gran aporte energético; unos Pimientos del Piquillo de Lodosa, ricos en vitamina C; y unos Espárragos de Navarra, que, gracias a su alto contenido de agua, ayudan a mantenerse hidratado, algo esencial para los alpinistas. La propia Pasaban ha relatado que en su primer intento de ascensión a un ochomil, contaron con dos contenedores de Espárragos de Navarra que un proveedor les donó para los integrantes de la expedición “y que fueron un rotundo éxito. No hicimos cumbre aquel año, pero en nuestro campamento base fue en el que mejor se comía”.





Juan Carlos Fernández además ha preparado solomillo de Ternera de Navarra; Queso Roncal con mermelada de aceite; cuajada con mermelada de manzana y sidra; sin olvidarse del chocolate, “imprescindible por su gran aporte energético”; y caramelos de piñones, “mucho mejores que las barritas energéticas”.

Pasaban ha destacado que la inclusión de un médico nutricionista en el equipo supuso un antes y un después en las ascensiones porque consiguieron mejorar sensiblemente sus condiciones físicas y, sobre todo, su recuperación. Para la alpinista, además, la alimentación es esencial no sólo por su aporte nutricional sino “por lo que aporta a la cabeza. Nos gusta llevarnos lo que comemos habitualmente porque esos productos nos trasladan a casa, a nuestro hogar. Por eso en nuestra mochila no falta nunca por ejemplo, el queso”.

### **Reyno Gourmet**

En el año 2006, el Gobierno de Navarra, atendiendo a una antigua reivindicación del sector agroalimentario, decidió crear una marca que aunara bajo el mismo sello a todas las empresas que se dedican a la producción de alimentos de calidad en Navarra. La iniciativa fue el origen de la marca Reyno Gourmet, gestionada por la empresa pública INTIA. Fue un proceso extenso de análisis que incluyó consultas a empresas, Consejos Reguladores de las denominaciones de calidad y profesionales del sector, tests de mercado, encuestas a consumidores y entrevistas en profundidad con la gran distribución. La conclusión de ese proceso vino a reafirmar la idea inicial de que era necesario contar con una sola marca para todos los productos navarros de calidad certificada que estuviera sustentada por un gran volumen y variedad de productos, y que proporcionara una imagen común y un mejor reconocimiento en el mercado.

Hoy son 107 las empresas que forman parte de la marca y más de 2.300 el número de referencias que se pueden encontrar en el mercado.

La gestión de la marca se lleva a cabo desde INTIA, que se centra tanto en el control y certificación de esos productos, como en la promoción y difusión de los mismos con el objetivo de fomentar su conocimiento y reforzar su comercialización.





El control y certificación, como garantía de calidad y origen, lo lleva a cabo la Unidad Técnica de Certificación, acreditada por ENAC y autorizada recientemente por Globalgap; y la promoción y difusión de nuestros productos se lleva a cabo desde el Área de Innovación en la Cadena de Valor que trabaja con una estrategia global de comunicación y mediante organización de ferias y eventos, promoción en punto de venta, y asesoramiento y gestión de las marcas de calidad de Navarra.

