

MEJORA DE LA CALIDAD Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

LA TRADICIÓN NO ES SUFICIENTE

Luis Ricardo Velázquez
Unidad Española del Observatorio Europeo

Son muchas las acciones que los grupos LEADER y PRODER han apoyado en la mejora de la calidad de los productos locales, aportando múltiples soluciones en prácticamente todo el sector agroalimentario. La innovación en los procesos e instalaciones, la mejora genética del ganado y de las variedades vegetales, la promoción de distintivos de calidad han protagonizado numerosos proyectos.

INNOVACIÓN E INVESTIGACIÓN

Quizá haya sido la mejora de la calidad (y también de la seguridad alimentaria), mediante la innovación en los procesos sobre la que se han volcado mayores esfuerzos. Así, el diseño de nuevas maquinarias, la innovación en instalaciones y en la mecanización y adaptación de las mismas a la reglamentación higiénico-sanitaria, la lucha contra enfermedades, las nuevas técnicas de conservación de productos, la introducción de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (sistema informático del control de la vendimia, por ejemplo), la puesta en funcionamiento de laboratorios o la mejora en la manipulación y envasado de los alimentos, son alguno de los ejemplos que los Grupos han apoyado.

Pero también ha habido mejora de la calidad mediante la innovación en los propios productos: mejoras genéticas de ganado y variedades vegetales, investigaciones para la mejora de productos concretos, subproductos cárnicos o la presentación de los productos (nuevos envases y envasado a la carta –según cliente-, etc..) han sido acciones realizadas en LEADER II y PRODER.

Por último, no se ha descuidado la mejora de la calidad mediante la innovación en la organización. Valga como ejemplo la creación de centros para clasificación y tipificación del ganado, estudios estratégicos para la estructuración de sectores productivos y el apoyo al asociacionismo, controles de calidad, uso de normas ISO, o la creación de centros de formación e investigación para la mejora de la calidad.

MARCAS DE CALIDAD

Para las comarcas rurales, las marcas de calidad de los productos agroalimentarios son, sin duda, una oportunidad, ya que, entre otros aspectos, ayudan a abrir nuevos mercados,

*Las marcas de
calidad de los
productos
agroalimentarios
ayudan a abrir
nuevos mercados y
aseguran la
diferenciación y la
identidad*

aseguran la diferenciación y la identidad, garantizan al consumidor el origen del producto, crean una normativa común para la elaboración y comercialización y facilitan el posicionamiento ante la competencia desleal. En suma, incrementan el valor añadido del producto. Pero para que estos sistemas sean válidos es muy importante hacer una utilización adecuada de los distintivos de calidad con el fin de evitar confundir al consumidor.

Por todo ello, una parte de los grupos de desarrollo rural están implicados, de una u

Muchos grupos de desarrollo rural están implicados, de una u otra forma, en el apoyo para la obtención de los diversos distintivos de calidad.



DENOMINACIONES Y MARCAS

La legislación permite que un producto pueda diferenciarse, en términos de calidad, acogién-dose a las siguientes figuras:

De un lado, están aquellas figuras de titularidad y amparo público, a partir del Reglamento CE 2081/92, como son la **Denominación de Origen Protegida** (D.O.P.) y la **Indicación Geográfica Protegida** (I.G.P.) –también conocida como Denominación Específica-.

En ambas figuras el nombre del producto hace referencia a una localización geográfica determinada. En el caso de la D.O.P. la producción, transformación y elaboración del producto deben realizarse en una zona geográfica determinada, con unos conocimientos específicos reconocidos y comprobados. Sin embargo para la I.G.P. el vínculo geográfico debe estar presente en al menos una de las etapas de la producción, de la transformación o de la elaboración.

Otra de las figuras de calidad que se contemplan en el ámbito europeo es la **Especialidad Tradicional Garantizada** (E.T.G.), a partir del Reglamento CE 2082/92. Dicha certificación no hace referencia a la localización geográfica del producto, sino que tiene por objeto destacar una composición tradicional o un modo de producción tradicional del producto. Entre los alimentos con E.T.G. se encuentran el "Jamón Serrano" y la "Leche Certificada de Granja".

Por último, y al margen de estos identificativos, está permitida la utilización de indicaciones geográficas en la designación de vino de mesa (mención "Vinos de la Tierra"), instrumento desarrollado en el Real Decreto 409/2001.

Pero hay otras formas para la protección de productos. A partir de la Ley de Marcas 32/1988, se desarrollan dos distintivos, bajo las figuras de marca colectiva y marca de garantía, que son otorgadas por la Oficina Española de Patentes y Marcas.

Mientras que la **marca colectiva**, siempre de titularidad privada, se utiliza para diferenciar en el mercado los productos de los miembros de la asociación titular con respecto al resto de sus competidores, la **marca de garantía** certifica las características comunes (calidad, componentes, origen, etc..) de los productos autorizados y controlados por el titular, en este caso público o privado, de la marca. Sea cual sea el tipo de marca elegida, es fundamental un proceso de autocontrol por parte de los propios productores amparados por la marca.

otra forma, en el apoyo para la obtención de los diversos distintivos de calidad. Este apoyo por parte de los grupos LEADER y PRODER ha sido muy diverso: desde aquellos que han realizado todo el proceso (su concepción, diseño y desarrollo), a los que han colaborado puntualmente en alguna de las fases (promoción, creación de asociaciones para la calidad, etc..).

Así mismo la elección del identificativo de calidad para un producto agroalimentario, está definida tanto por las propias cualidades del producto que se ha decidido "valorizar" (no todos los productos pueden tener una denominación de origen o específica, pudiéndose optar por otro tipo de certificado), como por el grado de compromiso que los productores y transformadores implicados han decidido plantearse. Cabe destacar que la obtención de estos identificativos de calidad está basada, en la mayoría de los casos, en acciones de tipo colectivo, muy en la línea de la filosofía LEADER, y siempre tiene un carácter voluntario.

En el ámbito LEADER y PRODER la puesta en funcionamiento de las marcas de calidad han servido, entre otros aspectos, para potenciar y vertebrar el asociacionismo intra o intersectorial en una comarca. Concretamente la marca colectiva se ha utilizado como elemento de la identidad de una comarca (con la utilización del nombre del territorio) en torno a los agentes económicos adheridos a este tipo de sistemas. Por su parte, la marca de garantía, más sectorial, ha servido para la revitalización de ciertos subsectores concretos de la comarca (sobre todo en el apoyo al sector cárnico de calidad, donde se detectan un mayor número de acciones).■

Mejoras genéticas de ganado y variedades vegetales, investigaciones para la mejora de productos concretos... han sido acciones realizadas en LEADER II y PRODER.

Foto: Joaquín Gujjarro



CALIDAD Y MARCAS

	PRODUCTO	NOMBRE DEL TERRITORIO	ACCIÓN
APOYO A LA CALIDAD	Castaña	El Bierzo	Valorización de producción de castaña: introducción de variedades comerciales, lucha contra enfermedades (chancro americano)
	Cítricos	PRODER Costa Occidental de Huelva	Insectario para la lucha integrada contra la plaga de cítricos
	Champiñón	Manchuela Alta	Plan estratégico del champiñón: estructuración del sector, asociacionismo e identificación retos futuros
	Olivo	La Rioja	Valorización del cultivo y cultura del olivo: creación de instalaciones para la producción de aceite
	Uva	Vega del Segura	Diseño de una máquina para limpiar la uva
	Frutas	Valle del Jerte	Nuevas técnicas en sistema de clasificación, transformación y conservación de fruta fresca mediante "Hydrocooling"
	Vino	Somontano	Sistema informático de control de calidad de la vendimia con conexión entre el C.R.de D.O. "Vino de Somontano" y las bodegas
	Embutidos	Alt Urgell Sud	Mejora y ampliación de empresa agroalimentaria: secador de embutidos y revestimiento para el empaquetado
	Ovino	La Serena	Centro de clasificación y tipificación de ganado ovino
	Ovino y caprino	Sierra de Bejar y Francia	Plan integral de recuperación y mejora ganado ovino y caprino. Centro de reposición y mejora genética caprina
	Porcino	Alto Guadiato	Instalación de un nuevo secadero de jamones
	Porcino	PRODER Guadalteba	Laboratorio de análisis del Instituto para el Desarrollo del Porcino para explotaciones e industrias de transformación del cerdo
	Varios comarcales	Los Pedroches	Laboratorio de Microbiología y Control de Puntos Críticos para explotaciones e industrias de transformación ganaderas
	Varios comarcales	Bajo Martín	Ayudas al Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos. Sectores: aceite de oliva, queso oveja, cárnicos, restauración y pastelería
DENOMINACIÓN DE ORIGEN	Vino	La Manchuela	Creación de la Denominación de Origen del vino "Manchuela" con el apoyo de las cooperativas vitivinícolas
	Aceite	Massis del Ports	Solicitud de la Denominación de Origen para el aceite de oliva "Massis del Ports"
	Aceite	Sierra Morena Cordobesa	Solicitud de la Denominación de Origen del aceite de oliva "Montoro-Ademuz Sierra Morena"
	Aceite	Sierra de Cadiz	Solicitud de la Denominación de Origen del aceite de oliva "Sierra de Cadiz"
	Aceite	Terra Alta	Proceso para la obtención de la Denominación de Origen del aceite de oliva "Terra Alta"
	Queso	Palomares	Empresa que produce queso con Denominación de Origen "Queso Zamorano"
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA, I.G.P. OTROS	Queso	Jabalón	Modernización de quesería con productos con Denominación de Origen "Queso Manchego"
	Varios regionales	PRODER Valle de Ambroz	Tienda de productos típicos y de Denominación de Origen en Extremadura
	Espárrago	Poniente Granadino	Obtención de la Denominación Específica del Espárrago "Huetor-Tajar"
	Lenteja	Valladolid Norte	Promoción y estudios para alcanzar la Indicación Geográfica Protegida "Lenteja Pardina"
	Patata	Terra Cha	Centro de envasado y comercialización de patata con Denominación Específica "Patata de Galicia"
MARCAS	Vino	Noreste de Granada	Obtención de la mención "Vino de la Tierra" Norte de Granada
	Vacuno	Aliste, Tabara y Alba	Obtención de la Marca de Garantía "Ternera de Aliste"
	Vacuno	Pinares-El Valle	Obtención de la Marca de Garantía "CARPIVAL" (Carne de Pinares-El Valle)
	Vacuno	Sierra de Aranza	Obtención de la Marca de Garantía "Carne de Vacuno de la Sierra de la Demanda"
	Repostería	Los Alcornocales	Obtención de la Marca "Alfajor de Medina" para la producción y promoción del producto
	Varios comarcales	Serranía de Ronda	Marca colectiva "Aca" Serranía de Ronda: quesos, cárnicos ibéricos, aceite de oliva, vinos, pastelería (almendra)
	Varios comarcales	Condado de Jaén	Marca colectiva "Comarca del Condado-Jaén": repostería, charcutería, aceite de oliva, miel, restauración.
	Varios comarcales	Ese-Entrecabos	Marca de calidad "ALCE" para embutidos de caza (ciervo y jabalí) y avestruz, chorizo asturiano y morcilla
	Varios comarcales	Priorat	Marca "Productes seleccionats, comarca del Priorat" para promoción en expositores y comercios