



Las carnes y productos cárnicos con denominaciones de origen y de calidad diferenciada

■ ALICIA LANGREO NAVARRO

Doctora Ingeniero Agrónomo. Directora de Saborá, Estrategias Agroalimentarias

La estrategia de la gran distribución en la mayor parte de los productos alimentarios de larga duración pasa por trabajar con un número limitado de marcas, la líder, la propia, algunas regionales y poco más. Este hecho condiciona, y a la vez es la expresión, el estrechamiento del mercado para los industriales, que, o alcanzan la dimensión suficiente para codearse con los mayores, o se ven abocados a la producción de marca blanca o se dirigen a nichos específicos de mercado. Sin embargo, esa tendencia general no rige para todos los productos: quesos tradicionales, vinos, embutidos y productos curados y, en menor medida, aceites acaparan cada vez más amplitud en los lineales de la gran distribución, se les dedica espacios específicos adecuadamente acondicionados y las mejores

enseñas de la distribución buscan reunir en sus tiendas un surtido amplio y cualificado de estos productos, entre los que caben mayor número de marcas, orígenes distintos, gamas y, por supuesto, productos de denominaciones de origen.

En el caso de los transformados cárnicos hay que destacar la enorme variedad de productos con calidad diferencial. Esta calidad puede radicar en un amplio abanico de elementos:

- Con respecto a la materia prima: la raza, el tipo de cría, la edad de sacrificio, el manejo, la alimentación, origen, producción en base a las exigencias de las denominaciones de origen, etc
- Con respecto a la elaboración: tipo de elaboración, duración de la maduración, ingredientes empleados, etc.

De ahí surgen desde los jamones y embutidos ibéricos de cualquiera de las DO o IGP, que tienen una enorme gama de catalogaciones, hasta los numerosos tipos de chorizo, salchichón, fuet, cecinas, etc. Para la gran mayoría de las especialidades hay que destacar el buen comportamiento del mercado en los últimos años. Estos productos se han dirigido a todo tipo de mercados, pero los extensos mercados de radio corto están permitiendo la existencia de un gran número de pequeñas empresas. También es muy importante el destino a los canales Horeca, importantes consumidores de estas gamas y buenos pagadores, a pesar de que, como contraprestación, exigen una logística cara y precisa.

Los transformados cárnicos de calidad diferencial se enfrentan a un cierto estan-



CUADRO Nº 1

DENOMINACIONES DE ORIGEN Y CALIDAD DIFERENCIADA

SECTOR DE EMBUTIDOS, SALAZONES Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS

ARAGÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

TERNASCO DE ARAGÓN

CARNE DE ÁVILA

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

POLLOS

CARNE DE VACUNO

TERNASCO AHUMADO

ASTURIAS

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

TERNERA ASTURIANA

BALEARES

DENOMINACIONES DE CALIDAD

CARNE DE CERDO SELECTA

CANTABRIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE CANTABRIA

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA

CARNE DE MORUCHA DE SALAMANCA

LECHAZO DE CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE CALIDAD

MARCA DE GARANTÍA

TERNERA CHARRA

CARNE DE CERVERA Y DE LA MONTAÑA PALENTINA

CARNE DE VACUNO MONTAÑA DEL TELENO

COCHINILLO DE SEGOVIA

LECHAZO MONTAÑA DEL TELENO

TERNERA DE ALISTE

TERNERA DEL BIERZO

CARNE DE PINARES-EL VALLE

CASTILLA-LA MANCHA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CORDERO MANCHEGO

LECHAL MANCHEGO

CATALUÑA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

POLLASTRE Y CAPÓ DEL PRAT
(POLLO Y CAPÓN DEL PRAT)

VEDELLA DELS PIRINEUS CATALANS
(TERNERA DE LOS PIRINEOS CATALANES)

MARCAS DE CALIDAD ALIMENTARIA MARCA «Q»

CAPÓN

CERDO

CONEJO

CORDERO

POLLO

TERNERA

SECTOR DE JAMONES

ANDALUCÍA

DENOMINACIONES DE ORIGEN

JAMÓN DE HUELVA

LOS PEDROCHES

DENOMINACIONES ESPECÍFICAS

JAMÓN DE TREVÉLEZ

ARAGÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

JAMÓN DE TERUEL

CASTILLA Y LEÓN

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

GUIJUELO

EXTREMADURA

DENOMINACIONES DE ORIGEN PROTEGIDAS

DEHESA DE EXTREMADURA

GUIJUELO

JAMÓN DE HUELVA



COMUNIDAD VALENCIANA

MARCA DE CALIDAD "CV" PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

CORDERO GUIRRO

LA RIOJA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE ÁVILA

MARCAS COLECTIVAS

TERNOJA

TRECE VILLAS

CARNE DE VACUNO DE CALIDAD

MADRID

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CARNE DE LA SIERRA DE GUADARRAMA

EXTREMADURA

DENOMINACIONES ESPECÍFICAS

CORDERO DE EXTREMADURA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

TERNERA DE EXTREMADURA

CARNE DE ÁVILA

MARCA DE GARANTÍA

CARNE DE RETINTO

GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

TERNERA GALLEGA

MURCIA

MARCA DE GARANTÍA

CORDERO SEGREÑO

NAVARRA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

CORDERO DE NAVARRA

TERNERA DE NAVARRA

PAÍS VASCO

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

EUSKAL OKELA (CARNE DE VACUNO DEL PAÍS VASCO)

EUSKO LABEL KALITATEA (LÁBEL VASCO DE CALIDAD ALIMENTARIA)

EUSKAL BASERRIKO OILASKOA (POLLO DE CASERÍO VASCO)

ESNEKO EUSKAL BILDOTSA (CORDERO LECHAL DEL P. VASCO)

SECTOR DE EMBUTIDOS, SALAZONES Y OTROS PRODUCTOS CÁRNICOS

ARAGÓN

MARCA DE GARANTÍA DE CALIDAD

LOMO EMBUCHADO

PALETA CURADA

LONGANIZA DE ARAGÓN

MORCILLA DE ARAGÓN

CECINA

CONSERVA DE CERDO EN ACEITE

CHORIZO

BALEARES

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

SOBRASSADA DE MALLORCA

GALICIA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

LACÓN GALLEGO

CASTILLA Y LEÓN

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

BOTILLO DEL BIERZO

CECINA DE LEÓN

CHORIZO DE CANTIMPALOS

MORCILLA DE BURGOS

MARCAS DE GARANTÍA

CECINA DE CHIVO DE VEGACERVERA

CHORIZO ZAMORANO

CATALUÑA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

LLONGANISSA DE VIC (SALCHICHÓN DE VIC)

COMUNIDAD VALENCIANA

INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS

EMBUTIDO DE REQUENA

MARCA DE CALIDAD «CV» PARA PRODUCTOS AGRARIOS Y AGROALIMENTARIOS

LONGANIZA AL AJO

MORCILETA DE CARNE

LONGANIZA MAGRA

LONGANIZA DE PASCUA

MORCILLA DE CEBOLLA Y PIÑONES

EMBUTIDO OREADO AL PIMENTÓN

MORCILLA DE PAN

LA RIOJA

REGISTRADO Y CERTIFICADO

PRODUCTOS CÁRNICOS ELABORADOS



camiento, que ha seguido a largos años de expansión. Posiblemente, en el fondo de ese estancamiento se encuentren distintos elementos: el ritmo de creación de nuevos productos por parte de la gran industria dedicada a productos convencionales, el envejecimiento de la población que limita ciertos consumos, la lenta adecuación de los formatos y presentaciones de los productos tradicionales a los nuevos hogares, la preocupación por la alimentación saludable, etc. Ya existen una serie de respuestas a este problema: han aumentado las presentaciones y se está acometiendo la venta de platos tradicionales a base de carne embotados, entre otros ejemplos. Por otro lado, la incorporación de especialidades de este tipo por parte de los nuevos cocineros abre unas grandes perspectivas a estas producciones.

Queda aún mucho recorrido para la creación de nuevos productos a partir de los tradicionales y la oferta de gamas bajas en grasas o sal es muy escasa; sin embargo, hay que tener en cuenta que, en principio, la innovación en las gamas basadas en los productos tradicionales no es sencilla y, posiblemente, requiera medios de los que estas empresas carecen. En este sentido hay que resaltar la escasa investigación pública en estas gamas y la inexistencia de estructuras asociativas

de sector que permitan abordar conjuntamente cuestiones como la investigación, la comunicación, la publicidad genérica, la promoción exterior, etc. Esa variedad, que es la base de su riqueza, a la vez es el principal obstáculo para un asociacionismo sobre la base de objetivos concretos.

Entre los problemas a los que se enfrentan las empresas elaboradoras de transformados cárnicos tradicionales, se encuentran su pequeña dimensión, con frecuencia los escasos recursos físicos y humanos, la escasa visión y estructura empresarial, la deficiente comercialización y la limitación a mercados muy cortos. Para estas empresas no será sencilla la adecuación a las normas de seguridad alimentaria: trazabilidad e higiene, y parece sensato que se instrumenten mecanismos de apoyo desde los sectores públicos.

La barrera entre los productos de calidad diferencial y los productos convencionales no es sencilla en el mundo de los transformados cárnicos tradicionales; de hecho, las mayores empresas del sector siempre han incluido en su oferta una amplia gama de productos de corte tradicional como jamón o embutidos.

En principio las carnes y los elaborados cárnicos de calidad diferencial son los acogidos a las diversas denominaciones de origen o IGP, o a cualquier otra certifi-

cación pública de calidad diferencial, aunque no esté reconocida por la UE. Sin embargo, existen muchos más productos de elaboración tradicional que se comportan como productos de calidad diferencial a todos los efectos, algunos tienen marcas de referencias pero otros no; varias autonomías han realizado catálogos dentro de su ámbito y en algunos proyectos Leader o Proder se han realizado actuaciones similares; pero, en general, los productos están mal definidos y los mecanismos de control de buen hacer colectivo y de promoción son inexistentes. En principio esta es una riqueza que se debería proteger.

Más complicado es el mundo de las carnes frescas de calidad diferencial. Su definición suele basarse en la raza, el territorio, la alimentación y el manejo. Existen algunas DOP e IGP de carnes de calidad, pero el potencial de la ganadería autóctona española es muy superior a lo que actualmente se reconoce, como se aprecia en la cantidad de razas identificadas. Muchas de estas razas son poco conocidas, tras ellas no hay empresarios capaces de valorizarlas en el mercado y algunas, se enfrentan al problema de una deficiente calidad comercial debido a los bajos rendimientos o a una difícil gastronomía, cuestiones acerca de las cuales existen opiniones enfrentadas entre diferentes DOP.

En este terreno, la interprofesional INVAC está desarrollando una serie de iniciativas vinculadas a la nueva cocina de gran interés. De todos modos, hay que tener en cuenta que el desarrollo comercial de las carnes de estas razas se enfrenta a problemas de infraestructura y de logística muy serios y que sólo pueden alcanzar un desarrollo acorde a su potencial con el apoyo público en el marco de los programas de comercialización de productos de calidad diferencial y de medidas de mantenimiento de la riqueza genética que supone la existencia de las razas autóctonas. ■

ALICIA LANGREO NAVARRO

Doctora Ingeniero Agrónomo. Directora de Saborá, Estrategias Agroalimentarias