

PATROCINADO POR



**COPASA**

"Tu **COOPERATIVA**,  
alimentando  
el **FUTURO**..."



# Aumenta la apuesta por vender bajo el amparo de una figura de calidad

En Castilla y León hay 69 reconocidas, de las que 27 son marcas de calidad y agrupan a más de 20.000 explotaciones y unas 1.400 industrias agroalimentarias

L.G. | SALAMANCA  
Ofrecer al consumidor una calidad diferenciada se considera un camino imprescindible para que los productos agroalimentarios puedan llegar al consumidor. Así lo ve la Junta de Castilla y León, que ha impulsado el reconocimiento de 69 figuras de calidad, lo que la convierte en la comunidad autónoma referente a nivel nacional e internacional. De ellas, 37 son denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas, 5 son reconocimientos y 27, marcas de calidad. Esos distintivos agrupan a más de 20.000 explotaciones y a unas 1.400 industrias agroalimentarias, de ahí que la Junta de Castilla y León lance cada año una convocatoria de ayudas -desde 2003- para promover la realización de estudios justificativos para el reconocimiento de nuevas figuras; de apoyo al fomento del control del fomento de la calidad alimentaria; y para la actividad de promoción y publicidad de la figura de calidad. La convocatoria de este año está dotada con 1.100.000 euros y hasta el 30 de junio tienen plazo los posibles beneficiarios para realizar las actividades objeto de ayuda.

Esta política va en línea con la de la Unión Europea, que insiste cada vez más en la necesidad de garantizar la calidad, hasta el punto de que estudia desarrollar nuevos sistemas de



Ganado vacuno de "Ternera Charra". | ARCHIVO

certificación, con incluso un marco de etiquetado sobre el bienestar animal y la huella de carbono.

En Salamanca, además de la marca de calidad de ámbito regional "Tierra de Sabor", hay reconocidas otras cinco: "Ternera Charra", "Hornazo de Salamanca", "Queso Arribes de Salamanca", "Ibéricos de Salamanca" y "Garbanzo de Pedrosillo".

Fuentes de "Ternera Charra", que es uno de los sellos de calidad de carne fresca más reconocidos y que comenzó a comer-

cializar sus canales en enero de 2001, ven imprescindible esta figura para poder garantizar la comercialización de los socios mediante la firma de contratos estables con la industria. "Comercializar con contrato significa que podamos vender con nuestra propia lonja, con cargas estables y periódicas y con cobro garantizado por *confirming* bancario cumpliendo en todo momento con las disposiciones establecidas en la Ley de la Cadena Alimentaria", señalan. Recientemente "Ternera Charra" ha in-

corporado al reglamento de uso de la marca de garantía la certificación de Welfare Quality, convirtiéndose en la única figura de calidad a nivel nacional que logra esa certificación.

Lo que sí reclama "Ternera Charra" es que la PAC incluya a las marcas de calidad. La PAC sí admite y contempla las organizaciones de productores y no las marcas de garantía, cuando ambas soportan exigencias de certificación muy similares.

**DIFERENCIAS.** La Denominación de Origen hace referencia al medio geográfico de producción, transformación y elaboración.

En la Indicación Geográfica Protegida no es imprescindible que todas las fases se realicen en el mismo ámbito geográfico.

En cuanto a la marca de garantía o colectiva se trata básicamente de un producto agroalimentario, cuya composición, origen y/o proceso productivo se encuentran regulados en un reglamento de uso, de aplicación voluntaria por parte de los operadores y cuyo nombre y logotipo sirve para diferenciar y proteger el producto en el mercado. Deben tener, previo a su registro en la Oficina Española de Patentes y Marcas, un informe favorable al reglamento de uso emitido por el Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León.