

# Productos de calidad

## Contenido

1. SITUACION DE PARTIDA
2. PRINCIPALES ACCIONES IMPLEMENTADAS
3. RESULTADOS CONSEGUIDOS
4. PERSPECTIVAS o RETOS DE FUTURO

### 1. Situación de partida

A finales de los 80 y principios de los 90, nos encontramos con unos subsectores agrarios y ganaderos que se caracterizan por el pequeño dimensionamiento de las explotaciones y los altos costes de producción y distribución, con **escasa orientación productiva al mercado y productores/as con marcado carácter individualista**. Estos rasgos sitúan los productos vascos en **situación de debilidad** frente a un sector agroalimentario amplio y diverso que requiere de estrategias y actuaciones distintas.

En cuanto a los mercados, se parte de un mercado potencial de casi 2,2 millones de personas, con elevado nivel de renta y amplia cultura gastronómica y culinaria. En esta época comienza la implantación masiva de **supermercados** e **hipermercados**, y las fuentes de aprovisionamiento se diversifican, generando **relaciones comerciales agresivas** e intensificando las acciones de promoción y publicidad.

En cuanto a la situación para la **formulación de políticas de calidad**, se identifica como oportunidad la gran **potencialidad de crecimiento** de la mayoría de los productos, basado en el pequeño volumen de producción frente al consumo. Se constata el alto grado de identificación del **"producto del país"** con **"producto de calidad"** y la vocación de "defensa de lo nuestro".

Ante estas circunstancias, la administración pública está decidida a trabajar para mejorar la situación.

### 2. Principales acciones implementadas

#### 1987 Denominación de origen (D.O.) Idiazábal

Nace para defender el mercado de auténticas elaboraciones de **queso Idiazábal** y garantizar así el origen y la calidad del producto a las personas consumidoras. El 1 de octubre de 1987 el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ratifica la Denominación de Origen Idiazábal.

Las principales garantías de la Denominación son:

- Leche y queso del País Vasco y Navarra (excepto municipios del Valle del Roncal)
- Elaborado sólo con leche de oveja Latxa y Carranzana (sin mezcla y sin pasteurizar)
- Maduración mínima: 2 meses
- Contenido mínimo de materia grasa frente al extracto seco es del 45%
- El queso deberá superar tanto las pruebas de tipo sanitario como organolépticas
- La corteza de los quesos debe ir numerada



Queso D.O. Idiazábal (CC BY-3.0-ES 2012/EJ-GV/Irekia-Gobierno Vasco/Mikel Arrazola)

## 1989 D.O.Txakoli Getaria

Vino blanco elaborado a partir de dos variedades de uva autóctona: *Hondarribi Zuri*, que supone el 85% del viñedo y *Hondarribi Beltza*, el 15% restante. La zona de producción, estaba integrada inicialmente por viñedos de los municipios de Getaria, Zarauz y Aia, pero fue ampliada en 2007 a todos los municipios de la provincia de Guipuzkoa.

## 1989 Eusko Label

Eusko Label nace para posibilitar al productor/a dar a conocer su producto, poder diferenciarse de sus competidores, facilitar el acceso de sus productos a otros segmentos de mercado, **ser más competitivo, mejorar la calidad de su producto** y, en definitiva, aumentar la rentabilidad de su explotación. Permite ofrecer al consumidor el acceso a un producto identificado, de una calidad superior, con todas las garantías de no fraude-autenticidad.

**El Eusko Label es una marca-país que identifica a toda la familia de productos agroalimentarios de la CAPV, que comunica los valores de origen y calidad** (Decreto-ley 25/1970, de 2 de diciembre).

Para garantizar esto, se constituye el **Consejo Regulador del Label Vasco de Calidad Alimentaria** (CRLVA) con la responsabilidad de vigilar los productos integrados en el Label en cualquiera de sus fases de producción, elaboración y comercialización, dando cuenta de las incidencias de esta actividad al Departamento de Agricultura y Pesca. Este Consejo Regulador estará integrado por representantes de las Administraciones, de los sectores acogidos, asociaciones de consumidores y personal técnico, con el carácter y la representación que reglamentariamente se determine.

## 1991-1994 Análisis de subsectores y lanzamiento primeros labeles

Se comienza a analizar el sector de la patata, el vacuno de carne y se pone en marcha un proyecto piloto de cría de pollos al aire libre.

Entre el año 91 y 93 se analizan los principales subsectores y se lanzan los 6 primeros "labeles de calidad" y en 1994 se crea **Euskal Baserri** para amparar productos hortícolas y frutícolas producidos en pequeñas cantidades por los/as agricultores/as.

## 1994 D.O.Txakoli de Bizkaia-Bizkaiko Txakolina

Nace para valorizar y amparar este vino producido por los caseríos de la **Asociación de Txakolinos de Bizkaia**, desde principios de los años 80, y cuenta con el apoyo de Gobierno Vasco y Diputación Foral de Bizkaia.

## 1998-2002 Fundación Kalitatea. Etiquetado facultativo y control acreditado

Se extingue el CRLVA y se crea, en su lugar, **la Fundación Kalitatea**. La figura de fundación **proporciona una mayor autonomía de funcionamiento**. Se ratifica la apuesta por un **modelo de calidad exigente** con el/la productor/a y serio y **comprometido con el/la consumidor/a**. Se compran las marcas y se introducen conceptos de funcionamiento empresarial (planificación, calidad, eficacia del gasto, agilidad en la respuesta, flexibilidad de las soluciones, marketing, etc.)

## 2001. Primera acreditación ENAC

La Entidad Nacional de Acreditación (ENAC) da **oficialidad a la labor de Kalitatea, acreditándola para la certificación de producto de Euskadi**. Se integra la exigencia y el control externo y se formalizan dichas exigencias.

## 2004. Ley de Ordenación Vitivinícola de Euskadi

El objeto de esta ley (LOV 5/2004) es la **ordenación de la viña y el vino en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Euskadi**, con aplicación tanto a los viñedos destinados a la producción de uva de vinificación como al cultivo de porta-injertos. Regula el régimen de elaboración de vino, la protección del origen y calidad de los vinos y establece la normativa sancionadora vitivinícola.

## 2006. Consejo Superior de la Agricultura Ecológica de Euskadi

La producción agroecológica estaba regulada legalmente desde el año 1991 (a través de Reglamento Europeo CEE nº 2092/91), pero no fue hasta el año 2006 cuando el País Vasco contó con un Consejo Superior de Agricultura Ecológica – ENEEK, con las funciones de:

- **Controlar y certificar** la producción agraria y alimentaria ecológica.
- Gestionar el registro de operadores y operadoras.
- **Promover el consumo** y la difusión de los productos agrarios y alimentarios ecológicos.
- Ejercer la **potestad sancionadora** en los términos previstos en la ley correspondiente.
- **Difundir el conocimiento y aplicación** de los sistemas de producción ecológica y de los productos que de ella se obtienen.
- Formular a la autoridad competente en materia agraria, propuestas y orientaciones en materia de producción ecológica.
- Notificar a la autoridad competente las variaciones que se produzcan en la producción, elaboración, almacenamiento, comercialización e importación de los productos.

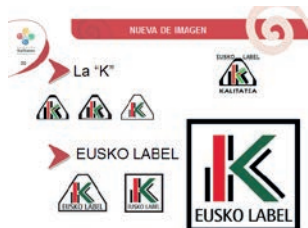
## 2007. Acreditación por parte de ENAC para la certificación de las tres denominaciones de origen de los txakolis

## 2007. Cambio en la imagen de Eusko Label y simplificación de la arquitectura de marcas

En 2007 se había logrado un buen posicionamiento de la marca Eusko Label en el mercado, pero existía **cierta confusión en las distintas denominaciones**: Eusko Label, Label, Kalitatea, etc.; además de un **conocimiento desigual** de las marcas existentes para los diferentes productos y un desconocimiento de la Fundación Kalitatea.

Por esto, **Eusko Label comienza una estrategia de reposicionamiento**. Para ello, se decide modernizar, aligerar y simplificar las formas, e incorporar la palabra "Eusko Label" al logotipo, **crear una arquitectura de marcas sencilla de interpretar por el consu-**

**midor y comunicar la nueva imagen de familia** y arquitectura para conseguir un mayor equilibrio en el conocimiento de todos los productos y ganar en eficacia de la comunicación.



**2008. Ley de Política Agraria y Alimentaria de Euskadi**

Los objetivos más importantes de esta ley (LPA 17/2008) son:

- Establecer las pautas que clarifiquen y permitan el ejercicio de las competencias correspondientes a cada una de las instituciones implicadas.
- **Articular instrumentos de defensa del sector** frente a criterios meramente productivistas y ajenos al papel multifuncional desarrollado por el espacio agrario; **proteger el suelo agrario** mediante la regulación de prácticas y métodos de producción acordes con su sostenibilidad, así como mediante la regulación de mecanismos para su preservación.
- Se consagra el impulso y priorización de la participación del sector productor en los **procesos de transformación y comercialización agraria y alimentaria**, así como del desarrollo y la instalación de industrias agrarias y alimentarias.
- En relación con los productos agrarios y alimentarios, establece, en todas sus fases, una **información veraz, objetiva, completa y comprensible** sobre sus características y la información mínima a ofrecer por dichos productos. Para garantizar la inocuidad y salubridad, se establece el deber de implantar sistemas de **autocontrol de procesos y productos**.
- Se aborda **la cuestión de la calidad de los productos agrarios y alimentarios, así como la gestión y mejora**

**de la misma**, haciendo especial hincapié en la figura de los distintivos de calidad y de origen.

- Recoge los **aspectos de la promoción y comercialización**.

**2013-2014 Fundación HAZI y planes estratégicos**

En 2013 se comienza con la fusión entre las empresas Fundación Kalitatea, IKT e IMK para constituir la Fundación HAZI, y se lanzan los Planes Estratégicos de la Industria Agroalimentaria (PECIA), de la producción Ecológica FOPE y de IDIAZABAL.

**2016 Decreto de Flexibilización Agroalimentaria**

Recoge un planteamiento para **garantizar la seguridad alimentaria desde el lugar de producción primaria hasta su puesta en el mercado** y contiene los principios que constituyen la base para la producción, según las normas higiénicas de todos los alimentos establecidas por la Unión Europea.

No obstante, dichos requisitos comunitarios deben aplicarse a actividades que se llevan a cabo con cierta continuidad y cierto grado de estandarización, por lo que la propia normativa contempla situaciones en las que esta aplicación directa no es posible y permite la flexibilidad en su aplicación, permitiendo para ello **adaptar y/o modificar los requisitos establecidos**, tanto para la producción primaria como para la transformación de los alimentos. Es el caso, entre otras, de pequeñas empresas y de actividades que utilizan métodos tradicionales en cualquiera de las fases de producción, transformación y distribución.

**2017 DOP Euskal Sagardoa**

Después de un gran debate en el seno del sector, se ha lanzado recientemente la Denominación de Origen Euskal Sagardoa (sidra) y se prevé disponer de este producto en el mercado en mayo de 2017.

**3. Resultados conseguidos**

Arquitectura actual de marcas oficial que tenemos:

**CALIDAD CERTIFICADA DE EUSKADI**

<b>MARCAS DE GARANTIA</b>	20	Carne de vacuno del País Vasco, Tomate del PV, Huevos de caserío vasco, Cordero lechal del PV, Bonito del Norte y Atún Rojo, Leche del PV, Pimiento de Gernika, Guindillas de Ibarra, Alubia del PV, Lechuga, Sidra Natural del PV, Pollo de caserío, Miel, Aceite de Oliva Virgen Extra, Cerdo de caserío, Anchoa del Cantábrico del País Vasco	
<b>DOP</b>	5	Txakoli Alava, Tx. Bizkaia, Tx. Getaria, Vino Rioja Alavesa y Queso Idiazábal	
<b>IGP</b>	2	Euskal Okela, Gernikako Piperra	
<b>PRODUCCION ECOLOGICA</b>	1	Producción Ecológica del País Vasco	
<b>OTRAS DENOMINACIONES</b>	2	Productos artesanales, productos artesanales de caserío	
<b>TOTAL 30</b>			



Respecto a Eusko Label, en estos momentos tenemos 16 productos y sectores con un importante volumen de facturación.

#### Respecto a la valoración cualitativa podemos decir que los logros han sido:

- La recuperación de productos que estaban al borde de su desaparición, como es el caso del Pollo de Caserío y el Tomate del País Vasco.
- La mejora de la presentación, envasado y etiquetado de los productos agroalimentarios de calidad, con el fin de ofertarlos de una forma atractiva para el consumidor y segura en cuanto a su autenticidad.
- La apertura de nuevos mercados fuera de la Comunidad Autónoma del País Vasco.
- La gran notoriedad de la marca Eusko Label entre los/as consumidores/as de la CAPV, símbolo de características identitarias de esta región.
- La mayor facilidad para la adecuación a la legislación vigente de ciertas industrias y sub-sectores
- Enfrentamiento con éxito a las diferentes crisis alimentarias: vacas locas, gripe aviar, pepino, etc.

#### 4. Perspectivas o retos de futuro

En los últimos años la crisis, el desembarco de nuevas enseñanzas en el territorio y la evolución de la sensibilidad del/la consumidor/a, han generado movimientos en casi todas las marcas-enseñas de distribución, que centran la estrategia de **ventas en el cuidado del producto fresco y el apoyo decidido al producto local**. Esto ha reactivado la venta de productos frescos en las grandes superficies recuperando el espacio de carnicería y charcutería; y la referencia al origen o la marca de producto local.

Asimismo, en los etiquetados hay una proliferación de las menciones asociadas a la **sostenibilidad económica, medioambiental y social**: "comercio justo", "km 0", etc.

El **auge de la gastronomía en Euskadi y también en el mundo** necesita estrategias de diferenciación y que utilicen la puesta en valor de la calidad del producto local, asociada inequívocamente al territorio dónde se produce y dónde se cocina.

Los **grandes retos** que se nos plantean son dos fundamentales:

1. El **mantenimiento de la utilidad de las marcas públicas (distintivos de calidad y origen) como tractoras del sector, merecedoras de la confianza del consumidor y generadoras de valor** para los/as productores/as y las empresas. Habrá que revisar la estrategia de marcas públicas y las normativas que las regulan, y crear otras si es necesario, con el objetivo de adaptarse a las nuevas necesidades de los operadores sin perder la esencia de su naturaleza ni su credibilidad.
2. El aprovechamiento de las **nuevas tendencias y de la palanca de la gastronomía** como tractora del sector y generadora de valor y empleo vinculada a la cadena de valor agroalimentaria ("Plan estratégico de Agroalimentario en Euskadi" actualmente en fase de diseño).



Productos con Eusko Label (CC BY-3.0-ES 2012/EJ-GV/Irekia-Gobierno Vasco/Mikel Arrazola)