



Inauguración de Salical, con presencia del presidente de La Rioja Pedro Sanz. / Riojapress.com

Calidad y trazabilidad

La presentación de cuatro nuevas marcas de calidad y de la Ley de Calidad Agroalimentaria marcan un Salical con la trazabilidad como tema estrella

26

Cuaderno de Campo

Texto: *Ch. Díez*

Fotografías: *Riojapress.com* y *Ch. Díez*

Un nuevo concepto, el de trazabilidad, ha sido el centro de buena parte las reflexiones que se han realizado en los diferentes congresos celebrados en la octava edición de Salical. Ya no es suficiente con producir alimentos de calidad, también hay que dotar a cada producto de un DNI que permita seguir su rastro desde su origen hasta que llega al consumidor. Un pasaporte obligatorio desde el pasado 1 de enero, de ahí su actualidad.

Salical, Tecnosalical y Ecosalical han sido el escaparate en el que se han mostrado las marcas de calidad que han comenzado su andadura en La Rioja en los últimos años (peras de Rincón, aceites de La Rioja, productos artesanos, pimiento riojano o ternera) y también el marco elegido para presentar las cuatro nuevas marcas en las que está trabajando en estos momentos la Consejería de Agricultura: chorizo, alcachofa, champiñón y queso.

Con imagen renovada, el Salón Internacional de Productos Alimentarios con Indicación de Calidad (Salical), su vertiente tecnológica (Tecnosalical) y la ecológica (Ecosalical), organizados todos ellos por la Consejería de Agricultura, la Agencia de Desarrollo Económico y la Cámara de Comercio, han convertido a La Rioja un año más en referente de la calidad alimentaria. En total, en los tres salones han estado presentes 164 stands (109 de La Rioja y 55 de fuera), representando a 750 empresas, que han sido visitados diariamente por unas 6.000 personas.

En este balance de cifras no hay que olvidar la importante acogida de público que han tenido las cuatro jornadas técnica que se han organizado paralelamente en el recinto ferial: las XVI Jornadas Nacionales de Inspección y Calidad de la Carne, con 228 participantes; el I Foro sobre Sistemas de Trazabilidad, con 379 inscritos; los VI Encuentro de DOP, IGP y ETG, con 200 asistentes, y la I Jornada sobre Propiedades Saludables del Consumo del Champiñón, con 236 participantes.

Precisamente una de las novedades de esta octava edición ha sido la reunión de expertos de los principales sectores agroalimentarios de La Rioja para debatir los temas que más preocupan actualmente.

Y uno de esos temas es el de la trazabilidad, una vuelta de tuerca más al concepto de calidad. Si la calidad imprime a los alimentos un carácter de exclusividad al poseer características de producción o de transformación que los diferen-

El stand de la Consejería de Agricultura, improvisado set de TVE. / Riojapress.com



ción del resto, la trazabilidad aporta una información que permite proteger los intereses de los consumidores.

De entre las muchas definiciones de trazabilidad que se oyeron a lo largo de la jornada dedicada a este tema, nos quedamos con la del Reglamento (CE) 178/2002, que dice: "permite la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución, de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia destinados a ser incorporados en alimentos o piensos o con probabilidad de serlo". Su principal objetivo, según esta misma normativa comunitaria: la protección de la salud de las personas y, de esta manera, los intereses de los consumidores.

No obstante, algunos de los expertos que acudieron a la jornadas, buena parte altos cargos de las empresas más punteras, quisieron ver en la aplicación de esta nueva tecnología una oportunidad. Así lo indicó, por ejemplo, Santiago Remírez, director general de JMP Ingenieros: "La trazabilidad no sólo es rentable en sí misma, sino que ayuda a rentabilizar el proceso productivo. Ya no tenemos que valorar el proceso productivo en función de impresiones, ahora tendremos datos objetivos que nos permitan poseer, poder activar y relacionar todos los elementos de la manera más eficaz".

Por su parte, el Gobierno de La Rioja, a través del Instituto de Seguridad Alimentaria, anunció un Plan de Seguridad Alimentaria para garantizar en esta Comunidad Autónoma la salud pública y la de los consumidores en materia alimentaria.

Marcas de calidad

La Consejería de Agricultura aprovechó el marco de Salical para anunciar la creación de cuatro nuevas marcas de calidad –chorizo, alcachofa, queso y champiñón– y una nueva Ley de Calidad Agroalimentaria que regulará todas las figuras de calidad y las marcas de garantía y colectivas (16 actualmente si exceptuamos la del vino de Rioja, que se rige por la Ley del Vino). Esta ley,

aprobada en Consejo de Gobierno el pasado 18 de marzo, seguirá ahora el trámite parlamentario para su debate y aprobación.

El camino emprendido por la Consejería hace unos años para conseguir un mayor prestigio de los productos riojanos a través de los distintivos de calidad está dando sus frutos, no sólo por la cantidad –se han pasado de 4 marcas en 1995 a las 17 actuales– sino también por la oportunidad que está generando al sector agroindustrial de situarse en un mercado cada vez más competitivo. Ahí se sitúa el trabajo que se está realizando actualmente para la obtención de estas nuevas cuatro marcas. En concreto, la Indicación Geográfica Protegida Chorizo Riojano, que actualmente está en estudio en el Ministerio de Agricultura (MAPA), abarca a toda la Comunidad Autónoma y ampara el producto en sarta, de calidad extra, elaborado siguiendo la tradición artesanal. La Asociación para la investigación del Industria Cárnica (Asicar), integrada por 14 socios actualmente, es la entidad que se encargará de la gestión de esta marca, una vez que se consiga su aprobación. Según el consejero de Agricultura, Javier Erro, la IGP Chorizo Riojano podría ser una realidad el próximo mes de septiembre.

Otro de los próximos productos que obtendrá una marca de calidad es el queso camerano, también en fase de estudio en el MAPA. En principio se ha presentado la documentación como Denominación de Origen. La producción de queso es de 1.800.000 kilos, que se obtiene en las siete queserías que operan en La Rioja, de los que 15.000 kilos son puros de cabra. El camerano debe estar elaborado con leche de cabra, carece de corteza y presenta grabada en la superficie el dibujo característico que intenta imitar el de las cillas de mimbre utilizadas tradicionalmente; puede ser fresco, semicurado o curado. A juicio de Javier Erro, la obtención de esta marca calidad "puede suponer un aliciente para los sectores implicados. De cara al ganadero, por la posibilidad de obtener mejores precios para la leche y, de cara al elaborador, podrá poner en el mercado un producto con nombre propio y obte-

ner un posible valor añadido".

Para los primeros meses de 2006 podría estar en marcha una marca de calidad para la alcachofa de La Rioja, cuya superficie de cultivo es de 1.198 hectáreas, concentradas principalmente en los municipios de Aldeanueva, Alfaro, Calahorra y Rincón de Soto. Su producción de 14.735 toneladas anuales sitúa a La Rioja en la cuarta comunidad productora de España, por detrás de Murcia, Comunidad Valenciana y Cataluña. La alcachofa de La Rioja se caracteriza por ser homogénea al no sufrir alteraciones morfológicas debido al microclima de su zona de cultivo. Es más cerrada y prieta que en otras zonas geográficas y, al recolectarse más pequeña, sus hojas son más tiernas, verdes y sin manchas.

Actualmente se está redactando el borrador de Reglamento y en breve se iniciarán los contactos con el sector para darles a conocer cuáles serían los pasos a seguir de cara a la creación de una DOP o una IGP.

La importancia económica del champiñón, sólo superado por el vino, y su liderazgo nacional han llevado a la Consejería a la elaboración de un primer borrador para crear una marca de calidad, que actualmente está siendo estudiado por la Asociación de Cultivadores de Champiñón de La Rioja. Las peculiares características de cultivo, sin vínculo con el medio geográfico, descartan la posibilidad de conseguir una DOP o una IGP, por lo que se está estudiando otras opciones como la marca colectiva o de garantía.



Vista exterior del recinto ferial de Albelda de Iregua. / Riojapress.com

Tapa de chorizo riojano

Consistencia firme y compacta, superficie libre de mohos y sin tripa, brillante, generalmente de aspecto rugoso y de color rojo intenso, corte liso y bien ligado, sin coloraciones anormales. Aroma y sabor característicos, a pimentón y ajo, aroma equilibrado e intenso, con preponderancia de pimentón, y ausencia de olores rancios y acres. Sabor intenso, persistente, muy poco ácido, muy jugoso en boca. Textura equilibrada, con buena cohesión, muy buena masticabilidad y baja gomosidad. Ésta es someramente la evaluación sensorial del primer aperitivo de chorizo riojano que se ha puesto a la venta este mes. Los artífices de este proyecto son el Centro Tecnológico de la Industria Cárnica (CTIC), que ha realizado un estudio del producto en sus laboratorios, y la empresa Embutidos Pérez Palacios, que lo ha elaborado industrialmente para comercializarlo bajo el nombre "Tapas Coto Real Riojanas". Los nuevos hábitos de consumo y la preferencia de los consumidores por los formatos pequeños e individuales son razones de peso para ofrecer este nuevo producto al mercado. Está elaborado con magro y tocino de cerdo, pimentón, sal y ajo, como el

tradicional chorizo riojano, pero se presenta en bandejas con porciones individuales de 8 gramos aproximadamente y unos 3 ó 4 cm de largo y desprovisto de piel. Se puede comer de un bocado.

Hay que decir además, que en la cata que organizó el CTIC con chorizo riojano en sarta, chorizo cantimpalo y el chorizo de aperitivo, la mayoría de los asistentes encontró a este último el más sabroso y con una textura más equilibrada.



Presentación de las tapas de chorizo riojano. / Riojapress.com

Tempranillo, pero blanco

En 1988, Jesús Galilea Esteban, un viticultor de Murillo de Río Leza, encontró en uno de sus viñedos viejos unos racimos de uva blanca que habían nacido de una de las cepas de tempranillo que hasta entonces había dado bayas negras. Se trataba de una mutación natural debida a factores ambientales.

El agricultor lo comunicó al Centro de Investigación y al año siguiente comenzaban los trabajos para conseguir de

un único sarmiento una plantación de tempranillo blanco de la que se pudiera elaborar algún día vino de esa variedad. Quince años después se ha conseguido, no sin mucho esfuerzo, muchos ensayos y, sobre todo, mucha paciencia. Actualmente hay plantada en la Finca La Grajera una hectárea de tempranillo blanco de la que se ha conseguido elaborar este año unos 2.000 litros. Según el equipo que ha trabajado en este proyecto, integrado por Enrique García-Escudero, Juana Martínez, Teodoro Vicente y Juan Bautista Chávarri, se trata de un vino equilibrado, de color amarillo verdoso, aroma varietal característico, con notas afrutadas intensas y también frutales. En el paladar es equilibrado, ligeramente ácido, con estructura y presencia muy larga. Presenta, además, excelentes cualidades tanto para vinos jóvenes como para la crianza en barrica.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, el tempranillo blanco se presenta como una alternativa para ampliar el reducido grupo de variedades blancas que se cultivan en la DOCa. Rioja. Una vez que fue incluida en el Registro de Variedades Comerciales de España, se propondrá al Consejo Regulador su aceptación como variedad autorizada en la Denominación de Origen.



El equipo de investigación, integrado por Enrique García-Escudero, Teodoro Vicente, Juana Martínez y Juan B. Chávarri, brindan con el vino de tempranillo blanco. / Ch. Diez

El oleícola, un sector que ha creído en sí mismo

El pasado mes de abril salió al mercado la primera cosecha de aceite de oliva de La Rioja con denominación de origen. Son 350.000 kilos de aceite virgen extra que se comercializarán con el nombre de 13 marcas comerciales, todas ellas incluidas en la Denominación de Origen Aceite de La Rioja. Este es un sector que ha creído en sí mismo, decía el consejero de Agricultura, Javier Erro, en la presentación oficial que tuvo lugar en Salical. Y así es, desde el año 2000, el sector oleícola riojano está inmerso en una reconversión que ha permitido duplicar el número de hectáreas cultivadas (ahora mismo, 4.300) y modernizar una parte importante de las almazaras tradicionales: de las 15 existentes, sólo 8 mantienen el antiguo sistema de molienda con prensas, el resto se han adaptado al sistema continuo que permite obtener un aceite de mayor calidad.

Manolo Catalán, secretario de Asolrioja, la asociación que gestiona la marca de calidad, aseguró que el sector ha pasado de tener una repercusión socio-cultural, a una repercusión socio-económica. No hay que olvidar que hace unos años, muy pocos, buena parte del aceite que se producía en La Rioja se destinaba al autoconsumo.

Todavía se hace, pero una parte importante del sector se está profesionalizando y apostando por la Denominación de Origen. Según las cifras que maneja Asolrioja, hay inscritas



Este año se comercializarán 5 millones de kilos de peras de Rincón de Soto. / Ch. Díez

2.800 hectáreas pertenecientes a 1.400 olivicultores y 6 de las 15 almazaras. De los 600.000 kilos de aceite que se han obtenido este año (la cosecha ha sido inferior en un 40% a otros años), más de la mitad se comercializarán embotellados y todos ellos con el logotipo Aceites de La Rioja. Un aceite muy dulce, afrutado y con un pico de amargor muy limitado o ausente.

Una fruta que es la pera

Un poco más veterana es la Denominación de Origen Peras de Rincón de Soto, ya que éste es el tercer año que se comercializan con marca de calidad. Los 280 agricultores y las 8 empresas comercializadoras que integran la Asociación para la promoción de la pera de Rincón de Soto han apostado fuerte al lanzar una campaña publicitaria con el aval del MAPA. El resultado, según Sixto Cabeazón, técnico de la Asociación, no ha podido ser mejor: "se han multiplicado las ventas por diez. Se está vendiendo el producto de 6 a 10 céntimos más caro el kilo que el resto de productos sin denominación". No es mal comienzo. Este año se comercializarán en torno a 5 millones de kilos de pera con denominación y para el próximo, cuando entren en producción las nuevas plantaciones, serán unos 8 millones de kilos. En estos momentos se está estudiando incluir en la Denominación a 7 municipios más (Iregua y zona de influencia de Logroño) y, también, amparar el producto elaborado. Están consiguiendo muy buenos resultados en las experiencias gastronómicas que están realizando con restauradores de la zona.



Degustación de los diferentes aceites que se elaboran en La Rioja. / Ch. Díez