



Uniando personas, territorios y productos



Guía para fomentar la calidad vinculada al origen y
las indicaciones geográficas sostenibles



UNIENDO PERSONAS, TERRITORIOS Y PRODUCTOS

Guía para fomentar la calidad vinculada al origen y las indicaciones geográficas sostenibles

La presente guía ha sido producida de manera conjunta por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO) y SENER-GI

Autores y editores:

Emilie Vandecandelaere

Filippo Arfini

Giovanni Belletti

Andrea Marescotti

Autores asociados y colaboradores:

Gilles Allaire; Jo Cadilhon; François Casabianca; Peter H.G. Damary; Magali Estève; Martin Hilmi; Charlotta Jull; Amélie Le Coent; Emmanuelle LeCourtois; Jérôme Mounsey; Anna Perret; Denis Sautier; Florence Tartanac; Erik Thévenod-Mottet; Frederic Wallet.

Las denominaciones empleadas en este producto informativo y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), juicio alguno sobre la condición jurídica o nivel de desarrollo de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. La mención de empresas o productos de fabricantes en particular, estén o no patentados, no implica que la FAO los apruebe o recomiende de preferencia a otros de naturaleza similar que no se mencionan.

Las opiniones expresadas en esta publicación son las de su(s) autor(es), y no reflejan necesariamente los puntos de vista de la FAO.

Las opiniones expresadas en esta publicación por los colaboradores de SINER-GI son de responsabilidad de ellos, y no reflejan necesariamente los puntos de vista de la Comisión Europea. Tampoco la Comisión Europea ni otra persona actuando en su nombre es responsable del posible uso de la información que contiene esta publicación.

ISBN 978-92-5-306656-8

Todos los derechos reservados. La FAO fomenta la reproducción y difusión parcial o total del material contenido en este producto informativo. Su uso para fines no comerciales se autorizará de forma gratuita previa solicitud. La reproducción para la reventa u otros fines comerciales, incluidos fines educativos, podría estar sujeta a pago de derechos o tarifas. Las solicitudes de autorización para reproducir o difundir material de cuyos derechos de autor sea titular la FAO y toda consulta relativa a derechos y licencias deberán dirigirse por escrito al

Jefe de la Subdivisión de Políticas y Apoyo en Materia de Publicaciones
Oficina de Intercambio de Conocimientos, Investigación y Extensión
FAO

Viale delle Terme di Caracalla, 00153 Roma (Italia)

o por correo electrónico a:
copyright@fao.org

© FAO 2010

El Programa de calidad vinculada al origen de la FAO

En todo el mundo existen cada vez más expectativas y una mayor demanda por parte de los consumidores de productos alimenticios y agrícolas que tengan una etiqueta específica de calidad, en particular, con relación a su origen, tradición y un saber hacer particular. La promoción y la conservación de dicha calidad vinculada al origen puede contribuir al desarrollo rural, la diversidad alimentaria y la posibilidad de elección de los consumidores. Ello es el resultado de la conservación y la promoción de los recursos naturales, culturales y sociales de un lugar determinado. Además, los últimos avances de nuevos sistemas, como las indicaciones geográficas, requieren orientación. Por consiguiente, en 2007 la FAO puso en marcha un programa sobre la calidad vinculada al origen a fin de contribuir al desarrollo rural, prestando asistencia a los Estados Miembros y los interesados en la aplicación de los sistemas de calidad vinculada al origen, tanto a nivel institucional como con los productores, que se adaptan a los diferentes contextos económicos, sociales y culturales. **Sitio web:** www.foodquality-origin.org



En el ámbito de la FAO, la presente guía es el resultado de la colaboración entre la Dirección de Nutrición y Protección del Consumidor y la Dirección de Infraestructura Rural y Agroindustrias, las cuales propugnan el desarrollo de sistemas de calidad específicos para fomentar el desarrollo sostenible.

El Servicio de Calidad de los Alimentos y Normas Alimentarias de la FAO agradece al Ministerio de Agricultura y Pesca de Francia por su contribución al proyecto de fondo fiduciario sobre calidad específica (2007-2010) gracias al cual se financió la elaboración de conocimientos y el análisis de experiencias de los Estados Miembros en la esfera de la calidad vinculada al origen geográfico y que han permitido la publicación de esta guía.



El Proyecto Siner-GI (Refuerzo de la investigación internacional sobre indicaciones geográficas)

es una red de investigación financiada por la Comunidad Europea (prioridad 8.1: investigación orientada a la política) que se llevó a cabo desde mayo de 2005 hasta julio de 2008, y fue coordinado por Bertil Sylander hasta 2007 y por Gilles Allaire desde 2007 hasta la terminación del proyecto. El objetivo del proyecto de Siner-GI es construir y compartir una base científica coherente a nivel mundial con respecto a las condiciones económicas, jurídicas, institucionales y socioculturales para el éxito de las iniciativas en la esfera de las indicaciones geográficas. Dicha labor científica tiene la finalidad de contribuir a la formulación de políticas adecuadas. Siner-GI se basa en una red mundial de contribuciones de muchos investigadores e investigadores asociados, así como en estudios de casos. El consorcio Siner-GI agradece la contribución financiera de la Comunidad Europea con arreglo al VI Programa Marco relativo a Actividades de Investigación, Desarrollo Tecnológico y Demostración, en relación con el Proyecto de Investigación Focalizado Específico Siner-GI SSPE-CY-2005-006522. **Sitio web:** www.origin-food.org



Índice

Prólogo	xi
Agradecimientos	xii
Lista de siglas y abreviaturas	xvii

Introducción	xix
---------------------------	------------

LAS DIFERENTES FASES DEL CÍRCULO VIRTUOSO DE LA CALIDAD

VINCULADA AL ORIGEN	1
1- Identificación	4
2- Calificación	4
3- Remuneración	5
4- Reproducción de los recursos locales	5
5- Función de las políticas públicas en el círculo	6
Figura 1: El círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen	3
Estudio de caso 1: El proceso de creación de valor – AZAFRÁN DE TALIOUINE (Marruecos)	6

PARTE 1. IDENTIFICACIÓN: TOMA DE CONCIENCIA Y POTENCIALIDAD.....9

1.1 VÍNCULOS ENTRE LOS PRODUCTOS, LAS PERSONAS Y LOS LUGARES	11
El producto: calidad y reputación específicas	12
El territorio y los recursos locales.....	13
Las personas: la dimensión colectiva y la posibilidad de acción	14
<i>Para practicar</i>	17
Figura 1: Interacción entre las personas, el producto y el lugar	11
Cuadro 1: Terruño y tipicidad	12
Estudio de caso 1: Determinación de una calidad y reputación específicas: BAYA DE ESPINO CERVAL MARINO DE UVS (Mongolia); SAL DE AMED (Indonesia)	13
Estudio de caso 2: El vínculo con el entorno físico - CAFÉ PICO DUARTE (República Dominicana) .	15
Estudio de caso 3: El camino de la identificación a la calificación - CHIVITO CRIOLLO DEL NORTE NEUQUINO (Argentina)	16
1.2 ¿POR QUÉ PONER EN MARCHA UN PROCESO COLECTIVO VINCULADO AL ORIGEN? UN ENFOQUE SOSTENIBLE....	19
Desarrollo rural sostenible	19
El factor económico: añadir valor y sacar provecho de la organización	20
El factor ambiental: utilización sostenible de los recursos y biodiversidad.....	22
El factor social	23
Un instrumento en manos de los actores locales en pro de un enfoque territorial sostenible	24
<i>Para practicar</i>	27
Cuadro 2: Precio favorable basándose en la diferenciación	20
Estudio de caso 4: Influencia de la reputación en la formación del precio - PUMMELO DE NAKORNCHAI SRI (Tailandia).....	21
Estudio de caso 5: Contribución a la sostenibilidad social - MAÍZ BLANCO DEL CUZCO (Perú)	24

Estudio de caso 6: Producción vinculada al origen para fomentar el desarrollo sostenible de una zona frágil - QUESO LIVNO (Bosnia y Herzegovina).....	25
1.3 INDICACIONES GEOGRÁFICAS, NORMATIVA LOCAL Y PROTECCIÓN	29
¿Qué es una indicación geográfica (IG)?	29
Utilización correcta y uso indebido de las ig: la necesidad de establecer reglas explícitas de manera adecuada	31
Por qué es necesario establecer reglas locales para utilizar la indicación geográfica.....	33
Aplicación de las reglas locales: mecanismos sociales y protección jurídica	33
<i>Para practicar</i>	37
Recuadro 3: La formalización de reglas y la acción colectiva: Ejemplo del ACEITE DE OLIVA DE NYONS.....	31
Estudio de caso 7: Imitación de una IG por empresas industriales-QUESO CHONTALEÑO (Nicaragua) .	32
Estudio de caso 8: Control social y sanciones en relación con alimentos de primera necesidad: el GARI (semolina de yuca) DE SAVALOU (Benin).....	34
Estudio de caso 9: Registro de una IG para impedir el registro privado de un nombre geográfico (República Dominicana)	34
Recuadro 4: Indicación geográfica, denominación de origen e indicación de la fuente	35
Recuadro 5: Producto vinculado al origen, producto IG y producto IG protegida	35
1.4 COMPARTIR UN ENFOQUE COMÚN	39
Por qué es necesaria una acción colectiva	39
Movilizar a los interesados locales	40
Actores externos relacionados	42
<i>Para practicar</i>	47
Figura 2: Diferentes interesados que pueden participar en el proceso de creación de valor	39
Estudio de caso 10: Establecimiento de acciones colectivas - QUESO COTIJA (México)	41
Estudio de caso 11: Participación de un actor de la cadena de suministro: el carnicero - CARNE DE PAMPA GAÚCHO DA CAMPANHA MERIDIONAL (Brasil)	42
Recuadro 6: Ejemplos de apoyo brindado por cocineros y restaurantes	43
Estudio de caso 12: El papel de los viajeros y de los emigrantes en la promoción del producto y para su reputación - EL CHILE DE MAMOU (Guinea).....	43
Recuadro 7 : Apoyo de los consumidores: el ejemplo de “Slow Food”	44
Recuadro 8 : Ejemplos de rutas del vino	44
Estudio de caso 13: Medidas adoptadas por las autoridades públicas y ONG - CACAO ARRIBA (Ecuador).....	45
Recuadro 9: Ejemplos de proyectos de investigación.....	45
Estudio de caso 14: Medidas adoptadas por autoridades públicas y ONG – el CHIVITO CRIOLLO DEL NORTE NEUQUINO (Argentina)	46
2. CALIFICACIÓN: ESTABLECIMIENTO DE REGLAS RELATIVAS A PRODUCTOS IG ...	49
2.1 EL PLIEGO DE CONDICIONES	51
Un documento en el que se define la calidad específica vinculada al origen geográfico ...	51
La importancia de establecer requisitos que se puedan medir	52
La importancia de la mediación	53
Recuadro 1: Contenido básico del pliego de condiciones	52
Estudio de caso 1 : Proceso constructivo para elaborar el pliego de condiciones – CAFÉ DE KINTAMANI Bali (Indonesia).....	54

2.2 DEFINICIÓN DE LA CALIDAD ESPECÍFICA DEL PRODUCTO	55
Descripción del producto	55
Primer paso: inventario de recursos y prácticas	55
Segundo paso: definir las reglas	57
<i>Para practicar</i>	59
Recuadro 2: Ejemplos de características específicas que dan tipicidad al producto	56
Recuadro 3: Proceso de calificación del sabor – ACEITE DE ARGÁN (Marruecos)	56
Cuadro 1: Ejemplos de preguntas para realizar un inventario de características específicas.....	57
Recuadro 4: Establecer una subcategoría – el ejemplo de GRUYÈRE	58
Estudio de caso 2: Incluir subcategorías artesanales e industriales - QUESO TURRIALBA (Costa Rica) 58	
2.3 LA DELIMITACIÓN DE LA ZONA DE PRODUCCIÓN	61
¿Cómo se define el territorio?	61
Reputación y antecedentes	61
El nombre de IG y el territorio	63
Criterios y métodos para definir los límites	63
<i>Para practicar</i>	69
Estudio de caso 3: Tener en cuenta la complejidad territorial de la zona de producción existente - queso GRUYÈRE (DOP) (Suiza).....	62
Recuadro 5 : Ejemplos de nombres de IG en relación con el territorio	63
Cuadro 2: Criterios para delimitar una zona geográfica	64
Estudio de caso 4: La delimitación de los límites de la IG - INFUSIÓN DE HIERBAS DE ROOIBOS (Sudáfrica)	65
Recuadro 6: Vínculo con la zona geográfica: diferencia entre la denominación de origen (DO) y la indicación geográfica (IG).....	65
Recuadro 7: Ejemplos de delimitación en relación con el terruño y los límites administrativos	66
Recuadro 8: Método y contenido de un informe de delimitación de una IG.....	66
Estudio de caso 5: De qué modo se demuestra en el pliego de condiciones el vínculo entre el producto y la zona geográfica - LARDO DI COLONNATA [tocino] (Italia).....	67
2.4 ESTABLECIMIENTO DE UN SISTEMA DE GARANTÍA A NIVEL LOCAL	71
Un sistema de garantía para las indicaciones geográficas	71
Función de las organizaciones de productores en el sistema de garantía	74
Establecimiento de un plan de control	76
Gestión de los costos	77
<i>Para practicar</i>	81
Estudio de caso 6: Trazabilidad entre los productores: aplicación de instrumentos sencillos - AZÚCAR DE PALMA DE KAMPOMG SPEU (Camboya).....	72
Estudio de caso 7: Sistema de trazabilidad y de control - CAFÉ DE COLOMBIA (Colombia)	73
Recuadro 9: Los diferentes sistemas de verificación	74
Estudio de caso 8: Elaboración de un sistema de control - CAFÉ DE KINTAMANI BALI (Indonesia) 75	
Recuadro 10: Ejemplos de sanciones para casos de incumplimiento de los requisitos	76
Cuadro 3: Ejemplo de plan de control establecido para un producto (pimienta negra de Kampot) ...	78
Cuadro 4: Ejemplo de plan de control establecido para un producto pecuario (queso Comté)	79
2.5 TENER EN CUENTA LOS ASPECTOS AMBIENTALES Y SOCIALES EN EL PLIEGO DE CONDICIONES	83
El pliego de condiciones y la sostenibilidad	83
Establecimiento de reglas en pro de la sostenibilidad	86
<i>Para practicar</i>	89

Estudio de caso 9: Productos basados en recursos de biodiversidad – CHIVITO CRIOLLO DEL NORTE NEUQUINO (Argentina), CACAO ARRIBA (Ecuador), CEREZA DE LARI (Italia), JAMÓN DE JINHUA (China)	85
Figura 1: Tener en cuenta los aspectos ambientales y sociales en el pliego de condiciones	86
Cuadro 5: Ejemplos de criterios en pro de la sostenibilidad social y ambiental	87
2.6 POSIBLES PROBLEMAS AL ESTABLECER LAS REGLAS Y CÓMO RESOLVERLOS	91
<i>Para practicar</i>	93
Cuadro 6: Ejemplos de problemas y soluciones	92
3. REMUNERACIÓN: COMERCIALIZAR UN PRODUCTO IG	95
3.1 CREAR UNA ORGANIZACIÓN PARA GESTIONAR EL SISTEMA DE INDICACIÓN GEOGRÁFICA	97
Importancia de una organización IG	97
Funciones y actividades de una organización IG	97
La estructura de la organización	98
¿Formar parte o no de la organización de IG?	101
<i>Para practicar</i>	103
Recuadro 1: Ejemplos de actividades y servicios que puede ofrecer la organización IG	98
Estudio de caso 1: Organización que presta apoyo a un producto IG - QUESO COMTE (Francia)	99
Figura 1: Ejemplo de organización interprofesional para una IG	99
Estudio de caso 2: Crear una organización de productores - AZÚCAR DE PALMA DE KAMPONG SPEU (Camboya)	100
Estudio de caso 3: Ejemplo de estructura orgánica - QUESO GRUYERE CON DOP (Suiza)	101
Cuadro 1: Posibles ventajas e inconvenientes de formar parte de la organización IG	102
3.2 APLICACIÓN DEL MERCADEO ESTRATÉGICO	105
Mercadeo estratégico y operacional	105
Elaborar un plan de mercadeo estratégico	106
Análisis de mercado	106
Segmentación del mercado: dividir un mercado en categorías.....	108
Focalización: establecer un orden de prioridades	110
Posicionamiento: ser el primero en la mente del consumidor	111
<i>Para practicar</i>	113
Recuadro 2: Mercadeo estratégico y operacional para productos con ig en túnex en Túnez	106
Estudio de caso 4: Estudio de mercado y encuestas a los consumidores - QUESO TURRIALBA (Costa Rica)	107
Recuadro 3: Ejemplo de análisis foda gestionada por la organización IG- PARMIGIANO REGGIANO (Italia)	108
Estudio de caso 5: Segmentación y focalización – CAFÉ DE COLOMBIA (Colombia), QUESO COTIJA (México)	109
Figura 2: Ejemplos de segmentación de consumidores en función de los ingresos y de la edad ...	110
Recuadro 4: Ejemplos de logotipos de varios productos IG.....	111
Recuadro 5: Ejemplos de logotipos de categoría de productos IG	111
3.3 MEZCLA DE MERCADEO (MERCADEO OPERACIONAL)	115
¿Qué es la mezcla de mercadeo?	115
Producto	116
Precio	117

Plaza (distribución)	118
Communication	121
<i>Para practicar</i>	123
Figura 2: Componentes de la mezcla de mercadeo	115
Estudio de caso 9: Nuevos atributos para una conservación a más largo plazo y tipos de logotipos: JAMÓN DE PARMA CON DOP (Italia)	116
Estudio de caso 10: Diferenciación de la calidad, precio y etiquetado - QUESO PARMIGIANO REGGIANO (Italia)	117
Estudio de caso 11: Acceder a un nuevo mercado de nicho - LIMÓN DE PICA (CHILE).....	119
Estudio de caso 12: Seleccionar los canales de distribución - CHIVITO CRIOLLO DEL NORTE NEUQUINO (Argentina).....	120
Estudio de caso 13: Ejemplos de instrumentos colectivos de publicidad - QUESO PARMIGIANO- REGGIANO (Italia)	122
4. LA REPRODUCCIÓN: FACTOR CLAVE IG PARA SOSTENIBLES	125
4.1 FACTORES PRINCIPALES PARA LOGRAR LA SOSTENIBILIDAD	127
Reproducción de los recursos locales y sostenibilidad	127
Tener conciencia de la posibilidad de que se produzcan efectos negativos	127
Factores clave para la sostenibilidad	129
Evaluar la sostenibilidad	129
<i>Para practicar</i>	133
Estudio de caso 1: Cuestiones relativas al desarrollo rural - INFUSIÓN DE HIERBAS ROOIBOS (Sudáfrica).....	128
Estudio de caso 2: Sostenibilidad social y ambiental - CEREZA DE LARI (Italia)	131
Recuadro 1: Algunas preguntas para evaluar la sostenibilidad.....	132
4.2 LA EVOLUCIÓN DE LAS REGLAS EN EL TIEMPO	135
Productos vivos	135
¿Por qué modificar las reglas?	135
Modificar las reglas	137
<i>Para practicar</i>	139
Estudio de caso 3: El aumento de la demanda de mercado y la escasez de recursos pueden dar lugar a una modificación de las reglas - TEQUILA (México).....	136
Estudio de caso 4: Modificar las reglas de una IG en un nuevo marco jurídico nacional - JAMÓN DE UZICE/ZLATIBOR (República de Serbia)	138
4.3 ESTRATEGIAS DE ALCANCE TERRITORIAL PARA UN MAYOR DESARROLLO RURAL	141
La indicación geográfica facilita la adopción de estrategias de alcance territorial	141
Invertir en el turismo rural	141
Condiciones para formular estrategias de alcance territorial.....	143
Participación de los actores locales en las estrategias de alcance territorial	144
<i>Para practicar</i>	145
Estudio de caso 5: Estrategia de alcance territorial: beneficiarse de la reputación de la IG - LARDO DI COLONNATA (Italia).....	142
Estudio de caso 6 : IG como instrumento para promover el territorio: Vincular el vino local con la actividad turística (Brasil)	143
Estudio de caso 7: vincular las IG al desarrollo del turismo rural (Marruecos).....	144

5. CREAR LAS CONDICIONES PARA EL DESARROLLO DE IG: LA FUNCIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS	147
5.1 LA PROTECCIÓN JURÍDICA DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS	149
Instrumentos jurídicos	149
Sistemas <i>sui géneris</i> y leyes de marcas comerciales	149
Elección de los instrumentos jurídicos adecuados por los actores locales	154
Protección anticipada para evitar la generalización y la expropiación de la Indicación Geográfica.....	154
Instrumentos para un marco jurídico eficaz	158
<i>Para practicar</i>	159
Recuadro 1: Acuerdo ADPIC y arreglo de Lisboa	150
Estudio de caso 1: ¿Nombre genérico o no? Un producto IG con una marca colectiva - QUESO COTIJA (México)	151
Recuadro 2: El sistema <i>sui géneris</i> para la designación de origen protegida (DOP) y la indicación geográfica protegida (IGP) en la UE	152
Cuadro 1: Diferencias principales entre IG <i>sui géneris</i> , marca de certificación y marca comercial colectiva	153
Recuadro 3: Cuando una IG pasa a ser de uso genérico, el ejemplo del camembert	155
Recuadro 4: Cuando una IG se registra fuera del territorio. El ejemplo del Rooibos	155
Recuadro 5: Ejemplos de inventario de productos	155
Recuadro 6: Organización para una red internacional de indicaciones geográficas	156
Estudio de caso 2: Diferentes instrumentos jurídicos utilizados para la protección.....	157
5.2 PRESTAR APOYO AL SISTEMA IG POR MEDIO DE POLÍTICAS PÚBLICAS	161
Enfoques y funciones diferentes de las políticas públicas	161
Diferentes niveles en la definición de políticas públicas relacionadas con la IG	162
La integración de políticas públicas en el proyecto local relacionado con la IG	162
<i>Para practicar</i>	167
Recuadro 7: Posibles funciones de los actores públicos a lo largo del círculo de calidad	161
Recuadro 8: Principales funciones de los actores públicos locales	163
Estudio de caso 3: Apoyo de las autoridades públicas locales - LIMÓN DE PICA (Chile)	163
Cuadro 2: Ejemplos de instrumentos de política y posibles medidas	164
CONCLUSIÓN	171
Bibliografía	173
Glosario	184

Prólogo

De conformidad con la Cumbre Mundial para la Alimentación celebrada en 1996, “existe seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimentarias y sus preferencias en cuanto a los alimentos a fin de llevar una vida activa y sana.” De esta amplia definición, se desprende que la calidad específica y los atributos de los alimentos, la diversidad y el acceso local son cuestiones importantes que han de tenerse en cuenta. En diferentes partes del mundo, generaciones de personas han construido una identidad local, han desarrollado un saber hacer, han producido productos alimenticios típicos y un paisaje determinado que caracteriza la interacción entre los recursos naturales y los sistemas de producción. Hoy en día, este vínculo entre un producto, un lugar y una población representa no sólo un patrimonio que debe conservarse, sino también un valor de mercado, ya que los consumidores muestran cada vez más interés en la calidad vinculada al origen geográfico, las tradiciones y la tipicidad. Habida cuenta de sus posibles efectos positivos en el desarrollo rural y la conservación de la biodiversidad, la FAO ha ampliado recientemente el alcance de sus actividades con arreglo al marco de la calidad específica a fin de integrar la calidad vinculada al origen geográfico. Se estableció un Grupo de Trabajo Interdepartamental Informal sobre “Normas voluntarias para productos de calidad específica” para supervisar y coordinar el desarrollo de esta nueva esfera de labor. En los últimos años se han celebrado varios seminarios en diferentes partes del mundo, con el fin de aumentar la concienciación acerca de la importancia de la calidad vinculada al origen geográfico y sus requisitos en lo que se refiere a un marco legislativo, sistemas de certificación y actividades de promoción. Dichos seminarios se celebraron en países de la cuenca mediterránea (2007), América Latina (2007), sudeste de Europa (2008) y Asia (2009). Los participantes en estos seminarios recomendaron a la FAO que elaborara unas directrices técnicas para prestar apoyo a los funcionarios gubernamentales correspondientes y a los actores interesados en el desarrollo e implementación de sistemas de calidad específica. La FAO se complace en presentar la presente guía que es el fruto de una intensa colaboración entre sus expertos, los miembros del Grupo de Trabajo Interdepartamental Informal sobre Productos Alimenticios y Agrícolas de Calidad Diferenciada y la red de expertos del proyecto SENER-GI que recibe el apoyo de la Comunidad Europea. Gracias a dicha colaboración ha sido posible tener acceso a una variada información sobre productos de calidad vinculada al origen geográfico, los procesos y los sistemas, así como a experiencias y mejores prácticas al establecer dichos sistemas. Esperamos que esta guía, junto con los estudios de casos llevados a cabo en las diferentes regiones del mundo, ayude a los actores, especialmente a los pequeños agricultores y productores de los países en desarrollo, en sus esfuerzos para fomentar e implementar productos de calidad vinculados a los orígenes geográficos, y aprovechar las oportunidades que ofrece el interés de los consumidores por estos productos a fin de mejorar sus medios de subsistencia y promover un desarrollo agrícola y rural sostenible.

Ezzedine Boutrif

Director de la Dirección de Nutrición y Protección al Consumidor
Y Presidenta del Grupo de Trabajo Interdepartamental sobre
Normas voluntarias para productos de calidad específica

Agradecimientos

Los autores desean dar las gracias a todos los colaboradores de la FAO: Florence Tartanac, Charlotta Jull, Jerome Mounsey, Emmanuelle Lecourtois, Amélie Le Coent, Jo Cadhilon, Martin Hilmi, y de la red SINER-GI: Gilles Allaire, François Casabianca, Denis Sautier, Erik Thévenod-Mottet, Peter Damary, Magali Estève, Frédéric Wallet y Anna Perret por sus aportaciones y comentarios.

Han sido muy valiosas las observaciones y la orientación de otros expertos: Dominique Barjolle, Annie Chapados, Alexandra Grazioli, Marco Perri y miembros del Grupo Interdepartamental de la FAO sobre "Normas Voluntarias y Sistemas para Productos de Calidad Específica": Renata Clarke, Doyle Baker, Cora Dankers y Janice Albert. Asimismo, dan las gracias a Ezzedine Boutrif, Director de la Dirección de Nutrición y Protección del Consumidor de la FAO por su asesoramiento y orientación.

Presentación de los autores y los colaboradores

Gilles Allaire, Unidad del INRA de Toulouse

Investigador del Instituto Nacional de Investigación Agronómica. Ha sido Coordinador Científico del Programa de investigación europeo SINER-GI. Ha analizado políticas públicas relacionadas con las indicaciones geográficas y ha participado en varias misiones de campo en todo el mundo y en la organización de diversos seminarios internacionales sobre cuestiones relativas a las IG (2006-2008) en Sudáfrica, Turquía, el Brasil, Argentina, Chile y Europa.

Filippo Arfini, Departamento de Economía de la Universidad de Parma

Profesor del Departamento de Economía de la Universidad de Parma. Tiene una amplia experiencia en la gestión de cadenas agroalimentarias de productos IG y ha participado en varios proyectos sobre dichos productos a nivel nacional e internacional. Fue el coordinador del grupo de trabajo que se dedicó a la preparación de la presente guía en el marco de los proyectos de la UE DOLPHINS y SINER-GI.

Giovanni Belletti, Departamento de Ciencias Económicas de la Universidad de Florencia

Profesor de Economía Agrícola, así como de Políticas Agroambientales y Rurales del Departamento de Ciencias Económicas de la Universidad de Florencia. Sus campos de investigación son la organización de la cadena de producción de productos agrícolas y alimenticios, economías y políticas de calidad con especial referencia a los aspectos vinculados al origen, los sistemas agrícolas y alimenticios locales, las políticas agroambientales, el turismo rural y la dinámica del desarrollo rural. Ha formado parte del proyecto SINER-GI, en el que compartió la responsabilidad de la labor sobre cuestiones sociales y económicas de las IG, recomendaciones normativas y llevó a cabo el estudio de caso sobre el Café Pico Duarte en la República Dominicana.

Jo Cadilhon, FAO

Oficial de Comercialización (Mejora de la Calidad) que trabaja en la Oficina Regional de la FAO para Asia y el Pacífico. Presta asistencia técnica en mejora de la calidad de productos agrícolas desde la perspectiva de la comercialización. Dados sus conocimientos sobre comercialización y gestión de la cadena de suministro, que comprenden actividades como estudios regionales de mercado, presta apoyo a los proyectos de campo, presta asistencia técnica y en materia de políticas a los Estados Miembros, ayuda a fomentar la capacidad y al fortalecimiento institucional.

François Casabianca, Unidad del INRA de Corte

Ingeniero investigador en el INRA. Es miembro del Comité de Dirección del proyecto SINER-GI. Forma parte de la unidad de investigación ubicada en Córcega y dedicada al desarrollo de actividades agropecuarias. En su calidad de científico del ámbito animal, ha trabajado en la producción de ganado vacuno y porcino a nivel local, centrándose en la elaboración del pliego de condiciones para las indicaciones geográficas, en concreto, las razas locales y los conocimientos técnicos.

Peter H.G. Damary, AGRIDEA

Director del equipo de cadenas de suministro de alimentos e indicaciones geográficas para AGRIDEA, miembro de la red suiza sobre IG y responsable del desarrollo de módulos de capacitación internacional sobre IG. Tiene una amplia experiencia en desarrollo y calidad de las cadenas de suministro de alimentos. Actualmente, trabaja en la esfera de las indicaciones geográficas a nivel internacional y en la promoción de productos regionales alimenticios de Suiza.

Magali Estève, AGRIDEA

Responsable de proyectos relacionados con la producción de alimentos locales en Europa sudoriental y con aspectos normativos institucionales y públicos de los productos etiquetados de origen en cooperación internacional en AGRIDEA. Participó en el proyecto SINER-GI y está llevando a cabo colaboraciones técnicas y científicas con universidades y actores locales en los Balcanes.

Martin Hilmi, FAO

Consultor de la Dirección de Infraestructura Rural y Agroindustrias (AGS) de la FAO en Roma, y profesor de gestión y comercialización de pequeñas empresas. Trabaja con AGS sobre capacitación en materia de gestión agrícola y materiales de extensión, materiales de formación de escuelas de administración agrícola, diversificación de las pequeñas explotaciones agrícolas y transporte rural. Ha prestado dirección técnica a la presente guía y ha contribuido en aspectos relacionados con la comercialización de los productos IG y sus organizaciones, así como en la corrección de pruebas.

Charlotta Jull, FAO

Oficial Legal del Servicio de Derecho para el Desarrollo de la FAO en Roma. Actualmente trabaja en varios proyectos de cooperación técnica destinados al desarrollo y al examen de marcos jurídicos e institucionales relativos a las IG. Tiene una experiencia considerable en la esfera de la legislación y políticas en materia de comercio y medio ambiente y ha trabajado para varias organizaciones internacionales antes de unirse a la FAO, entre ellas Unidroit y la Organización de Estados Americanos.

Amélie Le Coent, FAO

Consultora de la FAO en Roma. Actualmente trabaja sobre normas voluntarias y sistemas relativos a los productos de calidad específica. Asimismo, presta apoyo al programa sobre calidad vinculada al origen geográfico de la FAO. Ha trabajado en la esfera de la agricultura orgánica en Francia, ocupándose, en concreto, de prestar apoyo a los agricultores para la organización de cadenas de suministro de productos orgánicos locales (redes de distribución locales y mercados públicos para los comedores escolares). Ha realizado la labor de coordinación y ha prestado apoyo editorial a la presente guía.

Emmanuelle LeCourtois, FAO

Consultora de la FAO en Roma. Actualmente trabaja sobre normas voluntarias y sistemas relativos a los productos de calidad específica. Ha trabajado en modelos económicos para fomentar el acceso de los pequeños agricultores a los mercados de productos certificados y, en particular, de productos registrados. Ha elaborado los estudios de casos de la FAO y ha prestado apoyo editorial a la presente guía.

Andrea Marescotti, Departamento de Ciencias Económicas de la Universidad de Florencia

Profesor de Economía Agrícola y Economía Rural en el Departamento de Ciencias Económicas de la Universidad de Florencia. Su actividad de investigación abarca análisis de las cadenas de suministro, comercialización de productos agrícolas y alimenticios, sistemas alternativos agroalimentarios, cadenas de suministro cortas, calidad de los alimentos, indicaciones geográficas y desarrollo agrícola. En el proyecto Siner-GI, ha sido el responsable conjunto del plan de trabajo 2 sobre cuestiones sociales y económicas relativas a las IG y del plan 7 sobre recomendaciones en materia de políticas. Asimismo, ha llevado a cabo el estudio de caso sobre el Café Pico Duarte en la República Dominicana.

Jerome Mounsey, FAO

Oficial Profesional Asociado de la FAO en Roma. Trabaja para el Servicio de Producción Animal (AGAP) en proyectos que abarcan la producción de leche y carne, la nutrición, la inocuidad de los alimentos, el medio ambiente y la divulgación efectiva de conocimientos técnicos para los países en desarrollo. Actualmente presta apoyo a proyectos de campo de la FAO en Etiopía, Montenegro, Filipinas y el Afganistán.

Anne Perret, AGRIDEA

Colaboradora especializada en indicaciones geográficas de AGRIDEA en Lausanne. Tiene experiencia en la organización de cursos de capacitación internacional y viajes de estudio,

así como en recibir a las delegaciones interesadas en la política suiza sobre las IG. Ha contribuido al proyecto de investigación europea SINER-GI con los casos norteamericanos de las naranjas de Florida y el Bleuets du Lac-St-Jean (Québec). Se interesa especialmente por los aspectos relacionados con el ambiente y los consumidores de los alimentos de calidad.

Denis Sautier, CIRAD

Investigador en economía de los alimentos, especializado en los sistemas de calidad de los alimentos en el Centro de Cooperación Internacional en Investigación Agrícola para el Desarrollo (CIRAD) en Montpellier (Francia). Participa junto con sus colegas en numerosas actividades de investigación y capacitación sobre el reconocimiento de especialidades locales en todo el mundo. En el proyecto SINER-GI, ha coordinado el componente de los estudios de casos, proporcionando numerosas indicaciones y ejemplos para la elaboración de la presente guía.

Florence Tartanac, FAO

Oficial de Agroindustria para la Dirección de Infraestructura Rural y Agroindustrias de la FAO en Roma. Sus esferas de conocimientos son las pequeñas agroindustrias rurales, la gestión de la agroindustria, la certificación de los alimentos, las asociaciones empresariales y la promoción de la innovación. Entró a formar parte de la Organización en 2001 en la Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe y, posteriormente, se trasladó a Roma en 2005.

Erik Thévenod-Mottet, AGRIDEA

Responsable de las actividades científicas de AGRIDEA sobre indicaciones geográficas. Ha trabajado anteriormente para un organismo interprofesional del vino y para un organismo de certificación especializado en IG. Durante un decenio, AGRIDEA ha participado en proyectos europeos de investigación sobre IG y presta capacitación a los programas y conocimientos especializados sobre temas relacionados con la implementación, la gestión y el desarrollo de IG.

Emilie Vandecandelaere, FAO

Oficial de Calidad Específica del Servicio de Calidad de los Alimentos y Normas Alimentarias (AGNS) de la FAO en Roma. Es la Gestora del Proyecto sobre Calidad Vinculada al Origen Geográfico. Ha proporcionado los estudios de casos de la FAO y los análisis de las ventajas y de los inconvenientes de la implementación de los sistemas de calidad vinculada al origen, así como los factores fundamentales para el desarrollo sostenible. Coordina además la labor de edición y publicación de la guía.

Frederic Wallet, Unidad del INRA de Toulouse

Ingeniero investigador en economía del Instituto Nacional de Investigación Agronómica de Francia (INRA) en Toulouse. Sus esferas de investigación son el impacto de las indicaciones geográficas en el desarrollo rural, el proceso de innovación en las políticas rurales y los sistemas de protección de las IG. En concreto, trabajó con los casos de estudios de China y Francia.

Créditos de las fotografías

- Allaire, G.:** Vino de Goethe, pág. 143 (estudio de caso 6).
- Alvadar, F.:** Mujer de la cubierta; Feria, pág. 118.
- Artini, F.:** Queso Chontaleño, pág. 32 (estudio de caso 7).
- Belletti, G.:** Café Pico Duarte, pág. 15 (estudio de caso 2); pág. 34 (estudio de caso 9); Lardo di Colonnata, pág. 142 (primera fotografía del estudio de caso 5).
- Bernardon, P.:** Queso Livno, pág. 25 (estudio de caso 6).
- Bigini, L.:** Lardo di Colonnata, pág. 67 (estudio de caso 5); pág. 142 (estudio de caso 5, segunda fotografía).
- Blanco, M.:** Queso Turrialba, pág. 58 (estudio de caso 2); pág. 109 (estudio de caso 4).
- Cerdan, C.:** Carne de Pampa Gaucho, pág. 42 (estudio de caso 11).
- Comité Interprofesional del Queso Comté/StudioVision:** Comté, pág. 99 (estudio de caso 1).
- Consorcio del Queso Parmigiano-Reggiano:** pág. 122 (estudio de caso 8).
- Damary, P.:** Aceite de argán, pág. 56 (Recuadro 3); pág. 84.
- Durand, C.:** Sal de Amed, pág. 13 (estudio de caso 1).
- Fournier, S.:** Gari, pág. 34 (estudio de caso 8).
- González Jiménez, E.:** Cacao Chuao, pág. 4.
- GRET/CEDAC:** Azúcar de palma, pág. 51; pág. 100 (primera fotografía del estudio de caso 2).
- Kpohomou, C.:** Chile de Mamou, pág. 43 (estudio de caso 12).
- Leclercq, M./CIRAD:** Rooibos, pág. 65 (estudio de caso 4); pág. 128 (estudio de caso 1).
- Marescotti, A.:** Vacas de la cubierta y pág. 12 (Recuadro 1) / Café Pico Duarte pág. 15/ Vacas Maremmana, pág. 20 / Cereza de Lari, pág. 85 (estudio de caso 9); pág. 132 (estudio de caso 2).
- Mawardi, S.:** Café Kintamani de Bali, Pág. 54 (estudio de caso 1); pág. 75 (estudio de caso 8).
- Migration et Développement:** Azafrán, págs. 6 y 7 (primera y segunda fotografías del estudio de caso 1); pág. 15; pág. 144 (estudio de caso 7).
- Pérez Centeno, M.:** Chivito Criollo, pág. 5; pág. 16 (estudio de caso 3); pág. 23; pág. 46 (estudio de caso 14); pág. 85 (estudio de caso 9).
- Poméon, T.:** Queso Cotija, pág. 41 (estudio de caso 10); pág. 109 (estudio de caso 5); pág. 152 (estudio de caso 1).
- Quingaísa, E.:** Cacao Arriba, pág. 22; pág. 45 (estudio de caso 13); pág. 85 (estudio de caso 9).
- Thévenod-Mottet, E.:** Vacherin Mont d'Or, pág. 30.
- Ts. Enkh-Amgalan:** Espino cerval marino de Uvs, pág. 13 (estudio de caso 1).
- Vandecandelaere, E.:** Hombre con queso, flor de azafrán y aceitunas de la cubierta/ Limón de Pica, pág. 4; pág. 119 (estudio de caso 11); pág. 163 (estudio de caso 3) / Mercado asiático, pág. 5 (primera fotografía) / Azafrán (pág. 7 (tercera y cuarta fotografías del estudio de caso 1); pág. 43 (recuadro 6) / Pummelo, pág. 21 (estudio de caso 4) / Maíz blanco, pág. 24 (estudio de caso 5) / Aceitunas, pág. 83 / Azúcar de palma, pág. 100 (segunda fotografía del estudio de caso 2) / Jamón, pág. 116 (estudio de caso 9).
- Wang, G.:** Cerdo de Jinhua, pág. 85 (estudio de caso 9).

LISTA DE SIGLAS ET ABREVIATURAS

ADPIC	Acuerdo de los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio
AMIGHA	Asociación marroquí para la identificación geográfica del acetite de argán
APPCC	Análisis de peligros y de puntos críticos de control
CIHEAM	Centro Internacional de Altos Estudios Agronómicos Mediterráneos
CIRAD	Centro de Cooperación Internacional en Investigación Agrícola para el Desarrollo (Francia)
DAI	Iniciativa Dinaric Arc
DO	Denominación de origen
DOP	Denominación de origen protegida
EU	Unión Europea
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación
FODA	Análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas
GRET	Groupe de recherche et d'échanges technologiques
IDA	Asociación de Desarrollo IBAR
IG	Indicación geográfica
IGP	Indicación geográfica protegida
INAO	Institut national de l'origine et de la qualité
INRA	Instituto Nacional de Investigación Agrícola (Francia)
INTA	Instituto Nacional de Tecnología Agrónoma (Argentina)
OFD	Organismo Francés de Desarrollo
OMC	Organización Mundial del Comercio
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
ONG	Organización no gubernamental
ORIGIN	Organización para una red internacional de indicaciones geográficas
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PNUMA	Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente
PROCHILE	Dirección de Promoción y Exportación de Chile
SINER-GI	Proyecto de refuerzo de la investigación internacional sobre las indicaciones geográficas de la Unión Europea
UCODEP	Unidad y Cooperación para el Desarrollo de las Personas
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
WWF	Fondo Mundial para la Naturaleza

Introducción

Personas, territorios y productos agrícolas y alimenticios

Fomentar las relaciones entre las personas, los territorios y los productos agrícolas y alimenticios es un camino importante para el desarrollo rural sostenible. Tales relaciones se benefician de las capacidades locales dirigidas a crear valor en un mercado mundial, al tiempo que se consolidan en el territorio. Los productos vinculados al origen muestran los atributos de calidad vinculados a los lugares geográficos donde han sido producidos y, con el tiempo, adquieren una reputación gracias a la indicación geográfica (IG) que les identifica. Dichos productos diferenciados, con identidad territorial, tienen la oportunidad de atender una demanda específica remuneradora. Los consumidores están cada vez más interesados en los atributos específicos de los productos agrícolas y alimenticios por lo que respecta a la cultura, la identidad, y los modos sostenibles de producción. Además, tales productos contribuyen potencialmente a la biodiversidad, a la conservación del patrimonio cultural mundial, al desarrollo sociocultural y a la reducción de la pobreza en las zonas rurales.

La identidad de los productos con IG (producto IG) evidencia una combinación única de recursos naturales locales (clima, suelos, razas y variedades de plantas locales, equipos tradicionales, etc.) y culturales (tradiciones, saber hacer y conocimientos especializados, algunos de los cuales se transmiten de generación en generación) de un territorio determinado, vinculando el producto con la población y el lugar.

El comportamiento de los diversos actores que participan en la zona de producción (agricultores, empresas de procesamiento, consumidores locales, instituciones públicas, organizaciones no gubernamentales, etc.) y su interacción con otros factores fuera del territorio construyen en el tiempo la identidad del producto y de su sistema de producción. Este proceso involucra a diferentes actores, quienes coordinan y armonizan sus prácticas de producción y comerciales.

Establecer indicaciones geográficas en pro del desarrollo sostenible

El producto vinculado al origen puede convertirse en el eje central de un círculo virtuoso de calidad dentro de un sistema territorial, lo que significa que su promoción por medio de un proceso de relacionado a una IG (proceso IG) puede tener efectos positivos que se reforzarán con el paso del tiempo. Ello contribuirá a conservar los sistemas agroalimentarios y sociales relacionados y permitirá que los actores locales puedan lograr la sostenibilidad desde un punto de vista económico, sociocultural y ambiental:

- la sostenibilidad económica dará lugar a que los productores aumenten sus ingresos y la calidad de vida, e impulsará la dinámica de la economía rural en su totalidad,
- la sostenibilidad sociocultural conducirá a la apropiación de la dinámica por parte de los actores locales, a fin de que participen en los procesos de adopción de decisiones y de medidas relativos a los productos IG, y a la consecución de una distribución equitativa de los beneficios entre los actores. Así los actores locales pueden concienciar de la importancia de su trabajo y mostrarse orgullosos de ello, así como de la identidad cultural y los conocimientos y tradiciones locales,

- la sostenibilidad ambiental comporta que las medidas estén orientadas a la conservación y la mejora de los recursos naturales locales como la biodiversidad, el paisaje, los suelos y el agua, para las futuras generaciones.

La contribución del proceso IG al desarrollo sostenible dependerá de cómo se utilicen los recursos y de la interacción entre los actores locales.

La importancia de establecer las reglas de utilización de las indicaciones geográficas

El círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen se ve amenazado por presiones externas y la falta de coordinación entre los actores locales. La globalización del mercado y las nuevas tecnologías pueden poner en peligro las especificidades de los sistemas agrícolas y las técnicas de procesamiento tradicionales. Además, la reputación y el valor de un producto IG suelen atraer a imitadores, usurpadores y oportunistas, ya sea dentro o fuera del territorio de la zona de producción original. Las prácticas indebidas suelen afectar al nombre del producto y/o, en algunos casos, a las características específicas del producto.

Por todos estos motivos, se recomienda fuertemente establecer un conjunto de reglas comunes a nivel local con objeto de evitar la pérdida de la especificidad del producto y usos indebidos y fomentar la confianza de los consumidores. Ello comprende el establecimiento de un pliego de condiciones para definir el producto en relación con su origen y la creación de una organización local para garantizar, por un lado, la coordinación entre los actores, y por otro, la conformidad con el producto.

Posteriormente, la IG puede ser reconocida por las autoridades públicas y protegida con arreglo a los derechos de propiedad intelectual según lo estipulado en el Acuerdo de la Organización del Comercio sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC) de 1994. Los productores pueden decidir si solicitar el registro de la IG, de conformidad con el marco jurídico e institucional del país. En consecuencia, la utilización de la IG requiere una identificación formal de los usuarios autorizados, y ello sólo puede lograrse por medio de un esfuerzo colectivo.

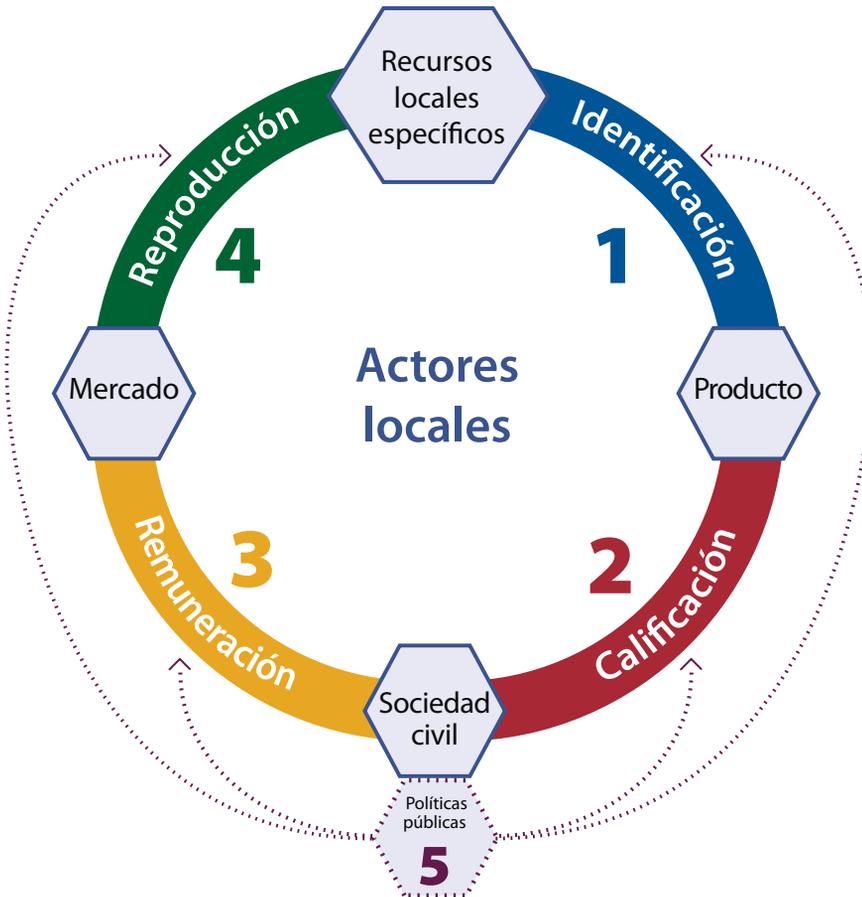
Importancia de las cadenas de valor para la gestión de las indicaciones geográficas

Por lo que respecta a los productos vinculados al origen, la creación de un sistema beneficiario sostenible -basado en unos recursos específicos locales y un conjunto de reglas definidas en un pliego de condiciones- requiere el establecimiento de un sistema de gestión, la organización IG adaptada a las particularidades locales. De hecho, obtener la protección jurídica no es un logro en sí mismo, sino sólo un hito posible del proceso en curso de mantenimiento de un sistema rentable y sostenible para los actores y el territorio. La organización de la cadena de valor es esencial en la gestión del IG, para la comercialización del producto IG, asegurar la conformidad al pliego de condiciones y la trazabilidad a lo largo de la cadena de valor, fomentar un gran nivel de responsabilidad por parte de los productores y procesadores y su capacidad de integrar innovaciones técnicas o de gestión para la evolución sostenible del sistema

El círculo virtuoso de la calidad: una metodología para el desarrollo sostenible

La implementación local de las IG comprende, por lo tanto, varias actividades y requisitos. El círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen puede emplearse como metodología para ayudar a los actores locales a abordar los diferentes aspectos que forman parte del desarrollo de un sistema de producción IG y para aumentar el potencial por lo que respecta al desarrollo sostenible. El círculo de calidad propuesto en la presente guía se compone de varias fases a considerar: la identificación de los recursos locales, la calificación del producto IG (establecimiento de reglas), la remuneración (gestión del sistema IG) y la reproducción local de los recursos para reforzar la sostenibilidad. Las políticas públicas pueden desempeñar una función importante a lo largo del círculo, a fin de ofrecer el marco institucional adecuado y favorecer los posibles efectos positivos de los productos vinculados al origen en el desarrollo rural.

El círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen



Objetivos de la guía

Los objetivos de la guía son los siguientes:

1. Explicar qué es la calidad vinculada al origen y el concepto de IG;
2. Aumentar la toma de conciencia acerca del potencial de los productos vinculados al origen en pro del desarrollo rural y de las condiciones de sostenibilidad;
3. Facilitar la implementación de sistemas IG a nivel local, ofreciendo instrumentos y una metodología concretos.

Tomando como base las labores de investigación multidisciplinaria y las pruebas empíricas de muchos lugares del mundo, la presente guía está dirigida a practicantes, especialistas en desarrollo rural de los sectores público y privado, representantes de la cadena de suministro, así como a encargados de la formulación de políticas, dirigentes de las comunidades rurales y capacitadores. Está dirigida principalmente a las personas que trabajan en la esfera del desarrollo de sistemas agrícolas y alimentarios que pueden estar interesadas en la promoción y la conservación de los alimentos y los recursos locales (tradiciones, saber hacer y recursos naturales) desde la perspectiva del desarrollo rural. De hecho, las funciones de dichos facilitadores revisten una importancia capital para ayudar a los actores locales a ser más conscientes de las potencialidades de los productos vinculados al origen, crear grupos y adoptar medidas colectivas, entendiendo la importancia de adoptar las reglas adecuadas y orientando el sistema IG hacia una sostenibilidad económica, sociocultural y ambiental.

La presente guía práctica no ofrece soluciones prescriptivas ni normativas, sino que sigue un enfoque gradual para contestar a las principales cuestiones a las que se enfrentan los actores y los facilitadores en el ámbito del desarrollo que tratan de identificar, definir y proteger productos cuya calidad está vinculada al origen, así como establecer el complejo conjunto de elementos necesarios para su desarrollo sostenible.

Estructura de la guía

Cada parte de la guía describe una fase determinada del círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen, mientras que la última trata de las políticas públicas relacionadas:

- Descripción del círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen.
- Identificación: concienciación y evaluación de las potencialidades (Parte 1).
- Calificación: establecimiento de reglas y del pliego de condiciones (Parte 2).
- Remuneración: aspectos relativos a la comercialización (Parte 3).
- Reproducción: la orientación futura sostenible (Parte 4).
- La función de las políticas públicas en el proceso general (Parte 5.)

En cada capítulo se ofrecen conceptos, ejemplos concretos de estudios de casos de todo el mundo y algunos Para practicar prácticos. Asimismo, las directrices o los modelos ofrecen actividades o documentos específicos que deben establecerse en los capítulos relacionados.

Al final de cada capítulo, se ofrece una autoevaluación (para practicar) de manera que los lectores puedan reflexionar sobre las diversas cuestiones en relación con su propia situación y el contexto locales.

Al final de la guía figura un glosario detallado con las definiciones de los conceptos o los términos técnicos.

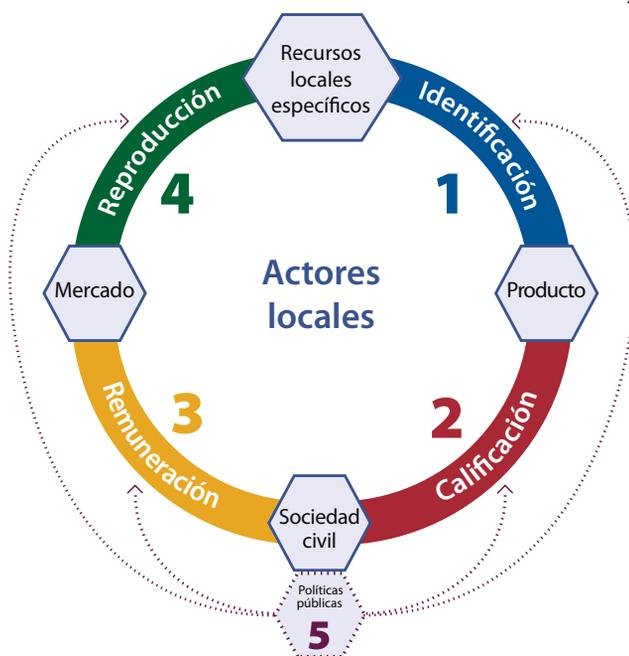
Las diferentes fases del círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen

Productos agrícolas y alimenticios pueden presentar características específicas de calidad y pueden tener cierta reputación como consecuencia de la particularidad del lugar de producción y de factores naturales y humanos locales. Dicha especificidad da lugar a un producto con identidad territorial que puede ser parte de un proceso de desarrollo sostenible. En este contexto, los actores locales pueden convertir los recursos latentes locales en recursos activos, preservarlos y mejorarlos, lo que daría lugar a un reconocimiento social y un aumento de la remuneración en los mercados. En esta parte se presentan las diferentes fases interrelacionadas de la metodología del círculo virtuoso de la calidad para un desarrollo sostenible fundamentado en la promoción de un producto vinculado al origen.

Los productos vinculados al origen, o con identidad territorial, son productos diferenciados o diferenciables por su identidad o tipicidad local. Se identifican con base en una indicación geográfica (IG) como resultado del entorno concreto del que proceden y que les confiere unas características, una calidad o una reputación específicas desde el punto de vista del consumidor. Su vínculo con la zona en la que se producen constituye la base de un círculo virtuoso de calidad. Eso significa que la promoción de la calidad vinculada al origen puede tener repercusiones positivas en los aspectos económico, social y ambiental, que a su vez se verán reforzados con el tiempo gracias a la preservación de los recursos locales implicados.

El círculo virtuoso de la calidad corresponde a un proceso de creación de valor que consta de cuatro fases principales (véase el gráfico 1). Gracias a la concienciación acerca del potencial del producto, los actores locales pueden decidir que se inicie un proceso colectivo de adición de valor y preservación de los recursos locales. El valor agregado provendrá de los consumidores y del reconocimiento en el mercado del producto, y puede ser reforzado además por el reconocimiento oficial y la protección jurídica del nombre del producto. La sostenibilidad del sistema de producción y promoción basado en el origen dependerá de la remuneración del mercado y de la reproducción de los recursos locales.

Gráfico 1: El círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen



Las principales fases del círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen son las siguientes:

1. Identificación: concienciación a nivel local y evaluación del potencial del producto.
2. Calificación del producto: establecimiento de las reglas relativas a la creación de valor y la preservación de los recursos locales.
3. Remuneración del producto a través la gestión del sistema local y la comercialización
4. Reproducción de los recursos locales de manera que refuercen la sostenibilidad del sistema.
5. Políticas públicas que proporcionen el marco institucional y posible apoyo para todas las fases del círculo.

Los actores locales y externos al territorio (producción y comercialización, actores públicos, organizaciones no gubernamentales (ONG), centros de investigación y desarrollo...) desempeñan una función fundamental en todas las fases del círculo. Asimismo, el marco institucional (políticas públicas y normativa) juega un rol importante en la promoción y la regulación de la calidad vinculada a esquemas geográficos.

1. Identificación (Parte 1)

El primer paso de la puesta en marcha del proceso consiste en la identificación precisa del producto y de los recursos locales necesarios para su producción. Ello depende en gran medida de la toma de conciencia de los productores locales de la "potencialidad" vinculada a los recursos locales específicos, que constituye la base de la acción colectiva para valorar su producto. La determinación de una reputación y los recursos específicos necesarios, así como su vínculo con la calidad específica del producto, pueden exigir además estudios y análisis científicos sobre los recursos (por ejemplo, análisis del suelo, historia del producto) o sobre el producto y su reputación (pruebas, encuestas de consumo). En esta fase, el apoyo es tan importante como determinadas competencias técnicas y científicas.



Limón de Pica (Chile): determinación directamente en el campo de las características específicas del producto.

2. Calificación (Parte 2)

La fase de calificación es el proceso mediante el cual la sociedad (consumidores, ciudadanos, instituciones públicas, otros actores de la cadena de valor, etc.) podrá reconocer el valor agregado del producto vinculado al origen. La calificación requiere una descripción precisa de las características de la zona y del proceso de producción y de los atributos de calidad del producto, así como la utilización de los instrumentos apropiados para determinar, proteger y hacer que todas estas características sean reconocidas. En este sentido, la indicación geográfica (IG) desempeña una función importante, ya que señala el vínculo existente entre el producto, la zona geográfica y la calidad específica, haciendo que el producto vinculado al origen sea un producto IG. Por eso, en esta fase los productores locales deben elaborar un pliego de condiciones con criterios bien definidos y los requisitos necesarios para alcanzar tal calidad específica (establecimiento de reglas). Los productores de la zona involucrada deberán, por lo tanto, crear las reglas de manera colectiva y aplicarlas de forma que se garantice la calidad prevista. Este proceso es de suma importancia tanto para ofrecer a los consumidores una calidad del producto definida por su origen como para garantizar la reproducción (preservación y mejora) de los recursos locales si se administran bien.



Cacao Chuao en Venezuela: mujeres secan las semillas de cacao siguiendo técnicas tradicionales en frente a la iglesia de la aldea. Las características especiales del piso le otorgan condiciones particulares para su secado.

3. Remuneración (Parte 3)

La fase de remuneración corresponde a los mecanismos mediante los cuales la sociedad pagará a los productores por los servicios que conlleva el producto vinculado al origen. Por ejemplo, estos servicios son los atributos específicos relacionados con la calidad intrínseca, la preservación y la promoción de los recursos naturales o culturales, etc. La remuneración del producto IG debe abarcar el costo de producción que a menudo es superior a un producto elaborado de manera industrial o a uno importado, a fin de garantizar un cierto nivel de rentabilidad y, por tanto, de sostenibilidad. Uno de los principales mecanismos de remuneración es el mercado (es decir, por medio del precio y del acceso al mercado). La comercialización de un producto IG requiere de una estrategia colectiva para gestionar el activo colectivo con el objetivo de agregar valor y aprovecharse de la reputación. Por consiguiente, es importante que exista una estructura colectiva que administre el sistema de producción y comercialización de dicho producto. La remuneración de los recursos locales específicos se puede obtener también mediante mecanismos no comerciales. De hecho, los mecanismos del mercado no pueden recompensar completamente determinados valores de un producto como, por ejemplo, el valor total de un recurso genético específico local (esto es, una raza local, un sistema especial de ordenación de la tierra, la preservación de un paisaje específico, etc.). En este caso, puede ser necesario recompensar estos valores por medio de un apoyo público directo (por ejemplo, apoyo financiero o asistencia técnica públicos) (véase la Parte 5).



Remuneración: de mercados locales en Asia

4. Reproducción de recursos locales (Parte 4)

La reproducción del sistema significa que los recursos se preservarán, renovarán y mejorarán a lo largo del círculo a fin de hacer posible su sostenibilidad a largo plazo, garantizando de este modo la existencia misma del producto vinculado al origen. Por lo tanto, la fase de reproducción se refiere a la evaluación de la aplicación de las fases anteriores (identificación, calificación y remuneración) y su impacto en las dimensiones económica, social y ambiental del territorio.

Además, la reproducción de los recursos locales, así como la mayor reputación del producto vinculado al origen y su territorio, podría repercutir positivamente en otras actividades económicas y sociales locales. En consecuencia, en esta fase es importante reforzar una estrategia territorial ampliada. Sin embargo, la reproducción de los recursos específicos locales no es automática, ni siquiera cuando el producto se vuelve más lucrativo. De hecho, depende de las actitudes de los actores locales y se refiere a las relaciones económicas y a la administración de



Chivito Criollo del Norte Neuquino, Patagonia (Argentina): gracias a la preservación del producto y de los recursos los jóvenes pueden quedarse en las montañas

los recursos locales. Para que se pueda hablar de reproducción, son necesarias reglas equitativas de distribución a lo largo de la cadena de suministro, esto es, entre el sistema de producción local y las fases del mercado, así como una distribución equitativa en el sistema de producción local. La reproducción de recursos específicos locales debería asegurarse de que el medio ambiente, el paisaje, la cultura, las tradiciones y las relaciones sociales no se vean afectados negativamente por la actividad económica

Función de las políticas públicas en el círculo virtuoso (Parte 5)

Los actores públicos (como el Estado, los gobiernos regionales y locales y otras autoridades e instituciones que representan el interés público) pueden desempeñar una función importante en el desarrollo local de los productos vinculados al origen a fin de aumentar su contribución positiva al desarrollo sostenible y rural. En primer lugar, pueden proporcionar un marco jurídico e institucional adecuado para el reconocimiento, la regulación y la protección de los derechos de propiedad colectiva sobre las IG. En segundo lugar, las políticas públicas de apoyo pueden crear las condiciones necesarias para fomentar el desarrollo de los productos vinculados al origen a fin de favorecer su impacto positivo en los aspectos económicos, sociales y ambientales durante las diferentes fases del círculo virtuoso de la calidad.

Estudio de caso

Estudio de caso 1: El proceso de creación de valor EL AZAFRÁN DE TALIOUINE (Marruecos)

El azafrán de Taliouine se produce en la montaña del Anti Atlas en Marruecos. La promoción y la preservación de este producto vinculado al origen han sido definidas por los actores y los facilitadores locales como un instrumento de desarrollo rural en el que la metodología utilizada fue la del círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen:

1. Identificación

El azafrán de Taliouine posee una calidad específica y una buena reputación. La concienciación a nivel local fue promovida por la ONG marroquí-francesa Migration et développement (migración y desarrollo), que estableció colaboraciones para prestar apoyo en las fases de identificación, calificación y remuneración (FAO, Consejo Regional de Souss Massa Dra, el Centro Nacional de Investigación para la Agronomía, la Organización Slow Food, etc.). La fase de identificación resaltó la calidad específica vinculada al origen del azafrán de Taliouine:



Análisis de suelo llevado a cabo por el centro de investigación INRA.

- presenta una calidad alta y un sabor específico confirmado por análisis de laboratorio, y su vínculo con el lugar geográfico se remonta al siglo IX;
- los recursos locales naturales influyen de manera considerable en la calidad específica. Por ejemplo, los suelos volcánicos filtran la lluvia y el agua que procede del macizo de Siroua;
- las prácticas tradicionales son fundamentales tanto para el cultivo (rotación de cultivos, uso de fertilizantes naturales, etc.) como para el procesamiento, en el cual desempeñan una labor muy importante las mujeres y los jóvenes;
- el saber hacer está íntimamente relacionado con la cultura y la ubicación del pueblo Bereber; las aldeas tradicionales (douars) mantienen una sólida tradición comunitaria.



2. Calificación

La determinación del potencial del producto (análisis del suelo, análisis de composición, estudios de mercado, pruebas de laboratorio, etc.) contribuyó a definir la ejecución de un proyecto para mejorar y comercializar el producto. La mejora del producto se realizó en todas las fases de producción, que son: el cultivo, la recolección, el almacenamiento y el empaquetado. Con objeto de calificar el azafrán, los productores utilizaron la certificación orgánica y de comercio justo. Ahora están en el proceso de registrar el nombre del producto como indicación geográfica, a fin de señalar su unicidad como resultado de su vínculo con el territorio. La elaboración del pliego de condiciones para obtener la indicación geográfica forma parte del proyecto.



El tipo de empaquetado forma parte de las características del producto.

3. Remuneración

El apoyo a la acción colectiva favoreció la creación de asociaciones y cooperativas de productores y su buen funcionamiento en las aldeas, lo cual proporcionó además el potencial para una mejor comercialización. Un estudio de mercado contribuyó a determinar y establecer vínculos comerciales con empresas de comercio justo en Europa, aumentando al mismo tiempo el comercio local (ferias tradicionales, turismo, etc.). La promoción colectiva (comunicación) se potenció a nivel local con la creación del Festival Anual del Azafrán de Taliouine, y a nivel internacional gracias a cocineros famosos.



Un cocinero francés, después de visitar la región en noviembre de 2007, reconoció la calidad del azafrán y ahora lo promueve en su restaurante.

4. Reproducción

El proyecto tomó en cuenta la sostenibilidad económica, social y ambiental, sobre todo en la definición del producto y del proceso de producción. Los primeros resultados han sido la realización de evaluaciones para estudiar la manera de proseguir con el pliego de condiciones y la comercialización (por ejemplo, a qué mercados se debería dar preferencia, qué prácticas sostenibles agrícolas han de convertirse en criterios, etc.).



Primer Festival del Azafrán de Taliouine, noviembre de 2007.

Fuente: Garcin, D.G. Carral, S. 2007, Programa de Cooperación Técnica de la FAO.

