

4. La reproducción, factor clave de IG sostenibles

La cuarta fase del círculo de calidad, la reproducción, consiste en asegurar que los recursos humanos y naturales empleados en el sistema IG se reproduzcan, es decir mejoren y se conserven, con el objetivo de permitir la sostenibilidad económica, social y ambiental a largo plazo del sistema. Ello comprende la viabilidad social y económica (redistribución del valor y la remuneración), así como la conservación de los recursos naturales y culturales en el tiempo.

A tal fin, es importante evaluar cuidadosamente las consecuencias que podrán tener el sistema IG y la implementación del pliego de condiciones en los recursos locales a lo largo del tiempo para tener en cuenta la evolución del sistema, lo que constituye la fase de reproducción. Ello debe permitir reforzar los efectos positivos y evitar los negativos en los niveles económico, social y ambiental. Por lo tanto, puede ser importante reforzar o ampliar la estrategia colectiva y/o considerar la posibilidad de cambiar las mismas reglas de manera que puedan beneficiar a todo el territorio. Por consiguiente, la fase de reproducción contribuye a determinar el impacto del sistema de IG y a desarrollarlo desde una perspectiva sostenible (capítulo 4.1). Asimismo, diferentes elementos del contexto pueden justificar la necesidad de mejorar las reglas en un momento determinado (capítulo 4.2). Una estrategia que aumente la sostenibilidad beneficiará también a todo el territorio fuera del sistema de producción IG. Los interesados locales pueden utilizar la reputación del producto IG para atraer a la población al territorio de IG y vender otros productos y servicios (capítulo 4.3).

4.1 Factores principales para lograr la sostenibilidad

Introducción

A fin de asegurar la reproducción de los recursos locales en pro de un sistema IG sostenible y de todo el territorio, incluso fuera de la zona de producción, es importante evaluar los efectos de las reglas (pliego de condiciones) y de las medidas colectivas adoptadas a lo largo del tiempo. Los efectos positivos previstos en la economía, la sociedad y el medio ambiente no son automáticos, y pueden aparecer efectos negativos, según se establezca y gestione el sistema IG.

Reproducción de los recursos locales y sostenibilidad

La reproducción prevé la sostenibilidad social, económica y ambiental. Por lo que se refiere al componente económico, la reproducción está estrechamente relacionada con aspectos distributivos. El valor creado gracias a la remuneración por las actividades prestadas, debe distribuirse de manera equitativa a lo largo de la cadena de valor, entre los diferentes actores que participan en el proceso de producción, procesamiento y comercialización, con objeto de remunerar a cada uno de los actores de acuerdo con su contribución al proceso de creación de valor.

Por lo que se refiere al componente ambiental, la reproducción significa garantizar la conservación o incluso la mejora de los recursos naturales, asegurando a lo largo del tiempo el equilibrio entre la explotación y el desarrollo por una parte y la conservación o la mejora del medio ambiente y de la biodiversidad por otra.

En lo relativo a los componentes sociales y culturales, la reproducción quiere decir promover las tradiciones y el patrimonio cultural, reforzando también el sentimiento de identidad local y la autoestima de los habitantes, y favorecer el mantenimiento de las poblaciones locales, luchando contra las amenazas al éxodo rural: la pobreza, la falta de información y de acceso a los mercados.

Los efectos de los sistemas IG en la economía, la sociedad, la cultura y el ambiente locales, por lo que respecta a la sostenibilidad, varían mucho en función de las características del sistema de producción y de su gestión. Seguramente, no todos los sistemas IG tienen el mismo impacto positivo en el desarrollo sostenible. La intensidad (¿cuánto?) y la dirección (positivo frente a negativo) de los efectos depende en gran medida de las normas y medidas que los actores locales y externos establezcan en relación con el producto IG (véase el estudio de caso 1).

Tener conciencia de la posibilidad de que se produzcan efectos negativos

Los productos IG, como parte del círculo virtuoso de la calidad, pueden contribuir al desarrollo sostenible, pero ello no niega el hecho de que se puede generar efectos negativos

4.1

en determinadas condiciones. Tener conciencia de ello es importante para evitar o reducir al mínimo los factores externos negativos.

Respecto a los aspectos económicos y sociales, el impacto negativo puede estar relacionado con la exclusión de determinados actores que quisieran participar, debido a que no pueden cumplir con los requisitos establecidos en el pliego de condiciones. Dicha exclusión podría afectar a pequeños productores situados en zonas de producción menos favorecidas. Otro riesgo es que actores externos más poderosos pueden extraer los recursos locales y el valor agregado de la zona de producción, menoscabando así su desarrollo. Una organización colectiva desequilibrada y la imposibilidad de algunos productores de participar de manera activa en el proceso de adopción de decisiones puede empeorar las relaciones sociales entre los productores locales y a lo largo de la cadena de valor o impedir potencialmente que algunos productores se beneficien de la reputación del producto IG.

Por lo que se refiere al medio ambiente, los efectos negativos pueden ser el resultado de las reglas establecidas en el pliego de condiciones. Por ejemplo, las normas flexibles (pocos requisitos o límites confusos) pueden dar lugar a la sustitución de los recursos específicos locales por otros no específicos y/o externos al territorio IG, con el objetivo de simplificar el proceso de producción. Ello puede aumentar la producción y la productividad de los recursos o disminuir los costos de producción, pero da lugar a una pérdida de la biodiversidad y de la

Estudio de caso

Estudio de caso 1: Cuestiones relativas al desarrollo rural INFUSIÓN DE HIERBAS ROOIBOS (Sudáfrica)

La infusión de hierbas rooibos (véase también el estudio de caso 4 en el capítulo 2.3) es una variedad endémica de una parte del país y forma parte del patrimonio sudafricano. El proceso de identificación y calificación de la IG puso de relieve varias cuestiones conflictivas relacionadas con la sostenibilidad. El motivo fundamental de los principales productores para establecer una IG era luchar contra la usurpación del producto, el riesgo de deslocalización de las actividades y abordar el rápido aumento de la demanda. Sin embargo, definir una estrategia común no fue fácil. Algunos consideraban que la iniciativa de IG debía fomentar la integración de los pequeños productores en perspectiva de la sostenibilidad social. Todos los actores no compartían dicha visión y la iniciativa de



IG suscitó incluso divergencias y modificó las posiciones de poder relativas de los diferentes actores. Finalmente, éstos se dieron cuenta de la importancia de mantener viva una rica tradición y de reforzar la identidad local, que forman parte de los atributos específicos del producto. Surgieron además problemas ambientales vinculados al sistema de producción, los cuales deberán afrontarse para garantizar la sostenibilidad a largo plazo del sistema de producción. En este proceso, la intervención de los actores públicos podría contribuir a promover la inclusión de otras cuestiones importantes para el territorio y la sociedad.



Fuente: Bienabe, E. et al, 2007.

calidad específica del producto IG. Por último, la intensificación de los métodos de producción y la especialización de los productos (monocultivos) pueden dar lugar a la sobreexplotación de algunos recursos específicos (principalmente, agua, tierra) y afectar a los atributos de calidad específica del producto IG.

Factores clave para la sostenibilidad

Los actores locales son claves para la sostenibilidad del sistema, como consecuencia de su función y nivel de empoderamiento, sus motivos, el capital social y la concienciación sobre cuestiones relativas a la igualdad social y a la conservación del medio ambiente. Sin duda alguna, estos factores influyen en la consecución de los objetivos de los tres pilares (económico, social y ambiental) y cuál de los tres en particular. La creación del proceso y la gestión colectiva son esenciales para lograr efectos positivos. Sin embargo, las actividades de establecimiento de redes entre los actores públicos y privados, así como la firmeza y el carácter de la “visión común”, influirán seguramente en las estrategias relativas al producto IG. Dichas estrategias pueden orientarse hacia la eficacia de la cadena de producción o estar más dirigidas hacia un enfoque territorial (véase el capítulo 4.3).

Una gestión colectiva participativa puede mantener una distribución equitativa de los beneficios, estableciendo reglas inclusivas de representatividad y de adopción de decisiones y prestando asistencia a los productores en la resolución de conflictos. Entre las acciones que pueden dar lugar a una distribución del poder más equilibrada y a una participación activa de todos los actores, caben citar los cursos de formación y educación, la información y difusión y la asistencia técnica y financiera. La participación en la difusión de información y en las actividades colectivas de comercialización pueden estimular el orgullo y el conocimiento de los productores. La organización IG debe interactuar con una red más amplia, compuesta por otros interesados (privados y públicos), con el objetivo de gestionar y garantizar la reproducción de los recursos locales.

Para conservar los recursos naturales, como el agua y la biodiversidad, por ejemplo, es necesario gestionarlos colectivamente basándose en una reglamentación específica común. Ello explica el interés de desarrollar una gestión de la IG que establezca determinados requisitos en el pliego de condiciones para que sean aplicados por todos los productores con el objetivo de generar efectos positivos en el medio ambiente. Estos requisitos pueden también evolucionar a fin de adaptarse y mejorar la conservación del medio ambiente local, el patrimonio cultural y las tradiciones (véase el capítulo 4.2).

Las redes sociales de los sistemas IG representan otro factor importante, ya que reúnen a diferentes grupos de actores que pueden participar en diversos niveles del proceso IG, como, por ejemplo, instituciones de investigación y educación, organismos públicos, asociaciones de consumidores, organizaciones no gubernamentales, etc. Dicha red no es importante sólo desde el punto de vista social, sino también desde el económico. El mantenimiento de estas redes permitirá una mayor sostenibilidad del sistema IG y una mejor definición de las necesidades a nivel local.

Evaluar la sostenibilidad

Resulta sumamente importante que los actores locales establezcan un sistema de seguimiento y control para evaluar el impacto de sus estrategias y de las medidas que han

4.1

adoptado en los recursos locales y la sostenibilidad, comparando los objetivos individuales y colectivos con los resultados de sus medidas en el tiempo. Los actores locales pueden considerar la evaluación como un proceso de aprendizaje llevado a cabo a lo largo del círculo virtuoso de la calidad. De hecho, los resultados del proceso de evaluación y su análisis permiten ajustar las reglas, encontrar soluciones y poner en marcha nuevas iniciativas adecuadas para garantizar la sostenibilidad a largo plazo. El proceso de aplicación y examen de la evaluación debe ser colectivo. Los resultados de los análisis pueden ser útiles para hallar soluciones y recursos a fin de garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

La evaluación es una tarea muy compleja, considerando el número de actores e interesados en el producto IG y que cada uno tiene diferentes objetivos y expectativas. Al evaluar los efectos, debemos tener en cuenta al menos dos niveles diferentes, que son los siguientes:

1. Desde el punto de vista del sistema de producción local, que debe considerarse no sólo como una simple suma de posiciones individuales, sino también de aspectos colectivos. De hecho, el éxito general del sistema IG puede derivar del resultado de distintas situaciones divergentes. Por ejemplo, algunos productores pueden haber mejorado su situación social y económica mientras que la de otros puede haber empeorado. Por lo tanto, es importante analizar los efectos diversificados producidos en las diferentes tipologías de productores.

2. Un punto de vista “público” más amplio. Los efectos positivos en la posición social y económica de los productores locales pueden encubrir algunos efectos negativos fuera del sistema de producción local. Productores que no pueden beneficiarse de la reputación de la IG (por estar situados fuera de la zona de producción o porque no disponen de suficientes recursos tecnológicos, financieros o de información para poder emplearla) pueden poner en peligro la cohesión social en el ámbito local. Por lo tanto, es importante analizar también los efectos producidos fuera del círculo de los productores IG.

La responsabilización de los efectos positivos del sistema de IG es una cuestión muy importante. Los actores locales deben medir y determinar los resultados del sistema IG con respecto a valores colectivos (aspectos sociales, medio ambiente, conservación de la biodiversidad, etc.) y ser capaces de comunicar dichos efectos a los consumidores y a otros actores pertinentes (autoridades públicas, asociaciones ambientales, etc.).

A fin de evaluar el impacto, puede ser útil aplicar un esquema conceptual para evaluarlo en su totalidad (véase el Recuadro 1), es decir, las medidas adoptadas individual y colectivamente para fomentar y gestionar el producto IG, así como el resto de las cuestiones económicas, sociales y ambientales relacionadas con la sostenibilidad.

Estudio de caso 2: Sostenibilidad social y ambiental CEREZA DE LARI (Italia)

De conformidad con el renovado interés de los consumidores por el medio ambiente y las tradiciones culturales vinculadas a los alimentos, los productores empezaron a establecer y gestionar una red de actores interesados en apoyar el sistema IG para la cereza de Lari.

Muchas agencias locales que no forman parte de la cadena de producción o que están situadas fuera del territorio han participado en la estrategia de valorización: el Municipio de Lari, asociaciones culturales y de turismo locales, la Provincia de Pisa, la Administración Regional Toscana, la Cámara de Comercio local y la Asociación Slow Food. Estos actores están interesados en unir la imagen de la cereza a otros servicios de las zonas rurales, como el paisaje, la calidad ambiental, el arte, la cultura y las tradiciones con el objetivo de promover la zona. La participación de dichos actores fuera de la cadena de



producción ha contribuido a la toma de conciencia de los productores de cerezas y ha aumentado el valor económico y cultural de la cereza, fortaleciendo de este modo su voluntad de mejorar la imagen de calidad del producto. Entre otros actores figuran algunas instituciones externas al sistema de producción local, las cuales habían llevado a cabo actividades de investigación dirigidas a conservar las diversas variedades de cerezos autóctonos (Consejo Nacional de Investigación, ARSIA – Región Toscana y las Universidades de Florencia y Pisa). Una preocupación creciente acerca de la manera de conservar mejor la biodiversidad estimuló a participar a dichos actores. Se promovieron iniciativas relacionadas con la mejora de prácticas agronómicas y de comercialización. Se ha establecido una marca colectiva y una planta de procesamiento para producir mermelada, así como iniciativas con escuelas primarias sobre la historia de la cereza. Movidos por el renovado entusiasmo y la cohesión entre los productores, el municipio local logró constituir una Asociación Nacional de Municipios Productores de Cerezas, que se dedica a impulsar actividades de investigación y promoción de la cereza en toda Italia. En conjunto, el proceso de calificación ha brindado numerosos beneficios. Ha reforzado la solidaridad y la cohesión entre los agricultores haciendo que los agricultores se reúnan, mientras que anteriormente no había ninguna asociación activa. La asociación de productores representa los intereses actuales de éstos en sus negociaciones con las agencias e instituciones. Por último, el proceso de calificación, fomentando la defensa y la promoción de la cereza, actuó como agente catalizador para la participación de otros actores locales y externos. En este caso, el proceso IG estimuló la acción colectiva en la cadena de producción, en el exterior y en una red de actores más amplia.

Fuente: Marescotti A. 2003.



RECUADRO 1: ALGUNAS PREGUNTAS PARA EVALUAR LA SOSTENIBILIDAD

Sostenibilidad económica:

- ¿El sistema IG hizo que aumentara con el tiempo la reputación del producto en el mercado?
- ¿Se produjo como consecuencia un aumento del volumen de producción y de los ingresos?
- ¿Creó nuevas posibilidades de comercialización? ¿Mejoraron las relaciones de comercialización?
- ¿En qué medida reciben actualmente los productores locales beneficios económicos de la reputación del producto? ¿Se produjo un aumento de la tasa de empleo a nivel local?
- ¿Cuáles son los principales obstáculos a los que se han enfrentado los productores al comercializar sus productos?
- ¿En qué medida la protección jurídica de la IG, en caso que exista, contribuye a que los productores mejoren su nivel de ingresos?
- ¿Cuáles son los principales obstáculos por lo que respecta al pliego de condiciones? ¿Cuáles son las consecuencias?
- ¿Se produjo un aumento del conocimiento y la confianza de los consumidores en relación con el producto IG?
- ¿Qué efectos han tenido las iniciativas del producto IG en la economía local? ¿Benefició la reputación adquirida del producto a otros actores locales fuera de la cadena de valor?

Sostenibilidad sociocultural

- ¿Cuáles son los productores más beneficiados? ¿Cuáles son los menos beneficiados?
- ¿Cómo se distribuyen los beneficios a lo largo de la cadena de valor? ¿Existen obstáculos para llevar a cabo una distribución equitativa?
- ¿En qué medida participan las empresas en las iniciativas establecidas por la organización colectiva?
- ¿Los productores locales mejoraron su capacidad técnica, de gestión y de relación?
- ¿Los productores locales toman parte efectivamente en las decisiones y las medidas relativas al producto IG?
- ¿Existe una distribución equitativa de los beneficios entre los productores IG?
- ¿Existe algún problema relacionado con la igualdad de género?
- ¿Ha mejorado la comunicación al interno del sistema IG?
- ¿Existen divergencias que hayan surgido a raíz de las iniciativas relativas al producto IG?
- ¿Se respetan los derechos de los trabajadores de manera adecuada?
- ¿Los actores son conscientes de sus conocimientos, tradiciones y trabajo, así como de su identidad cultural y forma de vida? ¿Están orgullosos de ello?
- ¿El funcionamiento del sistema IG representa una amenaza para la cultura y el saber hacer locales vinculadas a la producción o los favorece?

Sostenibilidad ambiental

- ¿Las reglas del pliego de condiciones y las medidas individuales y colectivas han contribuido a proteger o mejorar los recursos naturales locales?
- ¿Las iniciativas relacionadas con el producto IG representan una amenaza para los recursos naturales locales?
- ¿Hay algún problema relacionado con la contaminación o la escasez de agua vinculado al proceso de producción de IG (calidad, cantidad)?
- ¿Cómo influye en la conservación de la biodiversidad? ¿Representan las iniciativas del producto IG una amenaza para variedades de plantas específicas locales, razas autóctonas, la biodiversidad agrícola o el paisaje?

PARA PRACTICAR

Considere los temas planteados en relación con su situación.

Responda a las siguientes preguntas:

- 1) Tomando como referencia el recuadro 1 del presente capítulo, conteste a las preguntas sobre la sostenibilidad social, económica y ambiental
- 2) ¿En qué aspecto (social, económico, ambiental) podría mejorar su sistema de IG el enfoque sostenible del ciclo de reproducción?

4.2 La evolución de las reglas en el tiempo

Introducción

Varios factores influyen en el sistema IG. Las características de los actores de la cadena de valor, el entorno local, las técnicas de producción, las necesidades de los consumidores, los requisitos de los minoristas y las obligaciones jurídicas evolucionan con el tiempo. Desde este punto de vista, las reglas que definen los productos IG pueden cambiar también para enfrentarse a los desafíos y adoptar nuevas estrategias adecuadas. Siempre que los productores hayan retenido oportunas tales modificaciones podrán ponerse de acuerdo para modificar el pliego de condiciones, a condición de que se mantenga y no se vea amenazado la calidad específica vinculada al origen.

Productos vivos

De hecho, los sistemas IG no son estáticos. Deben evolucionar para tomar en consideración la evolución del mercado y asegurar la reproducción de los recursos locales de manera sostenible. Por ello la evolución del pliego de condiciones debe ser siempre posible.

Es importante tener en cuenta que los productos locales evolucionan continuamente, sin embargo las características que determinan su calidad específica una vez que los productores locales las han definido no se pueden modificar, si se trata de características fundamentales en el pliego de condiciones dirigidas a mantener la originalidad del producto y su imagen con respecto a los consumidores. En cambio, otros puntos secundarios del pliego de condiciones pueden cambiar, si la comunidad de productores organiza una evaluación técnica meticulosa y un consenso para la evolución de esos puntos.

¿Por qué modificar las reglas?

¿Cuáles son los motivos por los que pueden cambiar las reglas? Hay varios factores que dan lugar a una modificación de las reglas y que pueden afectar a diferentes componentes del pliego de condiciones (definición del producto, materia prima y proceso, delimitación de la zona). A continuación, se describen varios ejemplos de factores que justifican la necesidad de cambiar los requisitos, si bien cabe señalar que no es una lista exhaustiva.

1) Las reglas establecidas en el pliego de condiciones ya no se ajustan a la demanda de mercado

- Si las reglas iniciales son muy estrictas, puede que no permitan que se produzca una cantidad suficiente para que se venda en los mercados:

Éste es el caso de la IG relativa a la carne de vaca de “Pampa Gaucho da Campanha meridional” en el Brasil, que restringe la capacidad de producción sólo a unos pocos animales por semana. Las reglas crean grandes obstáculos para entrar en la producción de IG, sobre todo para los pequeños productores. Por lo tanto, el volumen en el mercado es escaso, lo que reduce al mínimo el impacto de la gestión de IG. Algunas variaciones

en la capacidad de producción son posibles sin modificar el producto en general. (véase el estudio de caso 11 en el capítulo 1.4).

- **Si las reglas iniciales son demasiado flexibles**, los productores IG pueden decidir fortalecerlas a fin de lograr una mayor calidad en todos los productos o incorporar más aspectos sociales y ambientales:

Por ejemplo, el queso de Roquefort obtenido de la leche cruda de oveja tiene una tradición e imagen de producto natural de gran calidad. Para mantener dicha reputación y la calidad correspondiente que los consumidores esperan, los criaderos que forman parte del consejo de gestión de la IG de Roquefort decidieron eliminar el uso del ensilado para la alimentación de las ovejas. Decidieron incluir dichas reglas en su pliego de condiciones.

- **Las preferencias de los consumidores pueden cambiar**. Ello puede plantear la necesidad de adaptar el proceso de producción o la presentación:

Por ejemplo, en el caso del jamón de Prisuttu en Córcega (Francia), como resultado de la tendencia de los consumidores de demandar productos menos salados, los productores locales llevaron a cabo un examen acerca del contenido mínimo de sal con respecto a la maduración del jamón. Originariamente, la sal era el único modo de conservar el producto, pero dadas las instalaciones de refrigeración disponibles hoy en día, el uso de menos cantidad de sal en la maduración del producto puede incluso permitirse para mejorar la calidad (aroma) del producto final.

Estudio de caso

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)

En el caso del Tequila de México, desde el establecimiento de la primera norma oficial (1949), las limitaciones de producción se han resuelto modificando varias veces el pliego de condiciones, a fin de tener en cuenta las evoluciones de la producción y del mercado. La producción de agave está sujeta a períodos cíclicos de excedencia y escasez. Durante los períodos de escasez, la proporción de agave destinada a destilación se redujo en 1964 al 70 por ciento y, posteriormente, en 1970, al 51 por ciento. En concomitancia, se creó un segmento de gran calidad con un Tequila elaborado al cien por cien a base de agave. En el período comprendido entre 1997 y 2000, el agave azul disminuyó drásticamente al 50 por ciento, a raíz de una infección por un hongo y a las heladas de principios del invierno. La escasez de agave se agravó al mismo tiempo a causa de una fortísima demanda de Tequila en los mercados nacionales e internacionales (especialmente en los Estados Unidos de América y Europa). Por lo tanto, las empresas propusieron en el año 2000 reducir el contenido de azúcar del agave al 30 por ciento, pero no fue aceptado por el Gobierno a fin de proteger la reputación del producto y evitar conflictos con los agricultores.



Source: Bowen, S. 2008.

2) Nueva información científica o la disponibilidad de innovaciones técnicas que pueden facilitar el proceso de producción sin alterar las características básicas del producto IG.

- **Nueva información** científica que permite describir mejor los recursos locales y su influencia sobre la calidad.

Por ejemplo, basándose en estudios cualitativos precisos, en 2007 se realizaron algunos reajustes de la zona delimitada en un principio para la DOP del Champagne francés, después de un largo proceso de deliberación a nivel local.

- **Innovaciones técnicas.** Puede ser necesario incorporar innovaciones técnicas que, si bien no estaban previstas originariamente, los productores han empezado a emplear posteriormente de manera generalizada y que no influyen en las especificidades del producto con IG final.

Por ejemplo, en la mayor parte de las zonas de producción vinícola de Francia con DOP se ha adoptado de forma generalizada la recolección del vino de forma mecánica. Se ha demostrado que no pone en peligro la calidad y las características del producto final y, por consiguiente, se ha aceptado.

3) Los interesados quieren reforzar la sostenibilidad del sistema.

- **La evaluación de la sostenibilidad** en la fase de reproducción puede inducir a los productores a modificar o a ajustar algunas normas con el fin de tener más en cuenta aspectos ambientales y sociales.

Beaumes-de-Venise es una célebre DOP francesa donde se produce un renombrado vino blanco de moscatel. El organismo de gestión de la IG modificó las reglas de producción con la finalidad de prohibir la plantación de viñedos en las laderas arboladas alrededor de los pueblos. Dichas zonas se protegerán y formarán parte de una zona de protección comunal. De esta manera, garantizan la protección del suelo y mantienen la belleza del paisaje, el cual es candidato a formar parte del "paisaje cultural" de la Unesco.

4) Cambios generales en el medio ambiente mundial

- **El cambio climático**, por ejemplo, puede requerir el reajuste de los sistemas o incluso de algunas actividades técnicas o programas.

¿Cómo modificar las reglas?

La descripción del vínculo entre el producto y su territorio se puede estar revisando continuamente en vista de los cambios económicos, ambientales y sociales a nivel local y mundial. Además, los productores deben adoptar medidas para garantizar que la autenticidad del producto se conservará en el tiempo, en particular, para asegurar que los recursos específicos locales utilizados en el proceso de producción se reproducirán a fin de mantener la unicidad de las características del producto.

Por consiguiente, el mecanismo del establecimiento de reglas debe permitir la evolución a lo largo del tiempo. Sin embargo, dicha posibilidad no significa que no se deba prestar la

atención necesaria al establecer las reglas la primera vez. Las modificaciones no deben llevarse a cabo a la ligera y deben someterse a un examen minucioso.

El proceso para modificar las reglas debe seguir el mismo procedimiento descrito en la segunda parte de esta guía. Permitirá la participación de los productores locales, debates y decisiones democráticas, y evaluará posteriormente las ventajas y los inconvenientes de cada modificación con la ayuda de una red de apoyo externa.

En el caso de una IG protegida, las modificaciones se pueden llevar a cabo de conformidad con la legislación que regula su registro y protección (véase el capítulo 5.1). Los procedimientos pueden ser más o menos complicados en función de los países y con el transcurso del tiempo.

Estudio de caso 4: Modificar las reglas de una IG en un nuevo marco jurídico nacional JAMÓN DE UZICE/ZLATIBOR (República de Serbia)

El jamón de Uzice/Zlatibor ("Uzicka Prsuta") es un producto cárnico obtenido de la carne de vaca ahumada, producido en el distrito de Zlatibor, exclusivamente en el municipio de Eajetina y, más en concreto, en el pueblo de Maëkat. Es un producto único con una gran tradición en Zlatibor. Tradicionalmente, la carne ahumada de Zlatibor provenía del ganado vacuno, y los animales (fundamentalmente animales de trabajo) se utilizaban durante 4 ó 6 años antes de ser sacrificados, de manera que la carne ahumada mantenía un sabor fuerte. Para elaborar este tipo de carne sólo se emplean las patas, el solomillo, el lomo y la parte final del lomo de los animales. Un productor semi industrial de este tipo de carne registró el "Uzicka Prsuta" como una DOP, en 1995, como empresa estatal con la función de coordinar la utilización entre los productores y como medio de reducir las limitaciones al mínimo: ausencia de condiciones relativas al origen de la carne y de la definición de las prácticas específicas que diferencian el proceso de DOP de otros procesos. Consecuentemente, los productores más tradicionales venden en el mercado productos de mayor calidad, en comparación con el único productor autorizado oficial, que es una empresa semi industrial desde que se privatizó. En 2006, una nueva ley permitió la revisión del anterior registro de la DOP, para garantizar una calidad mínima, ampliar la utilización de la DOP a todos los productores locales que cumplieran con lo establecido en el pliego de condiciones y hacer más sostenible la DOP. Por lo tanto, se está tramitando una nueva solicitud de reconocimiento en el marco de la nueva reglamentación que cuenta con el apoyo del municipio y la IDA, una ONG local, que es el contacto con el Ministerio de Agricultura y la Oficina de Propiedad Intelectual para registrar de nuevo la DOP en el marco de la nueva ley. Desde principios de 2007, se han organizado reuniones y grupos de trabajo para establecer un nuevo pliego de condiciones, que sea común a la mayor parte de productores de Prsuta de la zona. La inclusión en el pliego de condiciones revisado de la zona definida de producción primaria y de las prácticas de crianza podrían mejorar la sostenibilidad económica y social en la cadena alimentaria, ya que el producto estaría más vinculado a su origen local. Además, los criaderos locales tendrán un poder de negociación más firme y podrán beneficiarse de los circuitos de la IG. El jamón de Uzice/Zlatibor podría llegar a ser uno de los primeros productos registrados de conformidad con la nueva ley serbia en materia de DOP/IGP.



Source: Bernardoni P. et al, 2007.

PARA PRACTICAR

Considere los temas planteados en relación con su situación.

Responda a las siguientes preguntas:

- ¿Es necesario modificar su pliego de condiciones? ¿Por qué?
- ¿Qué problemas se podrían resolver con dicha modificación?
- ¿Dicha modificación da lugar a una posición dominante o a un mayor poder de negociación de algunos interesados del sistema IG?
- ¿Están de acuerdo todos los productores con la modificación?
- ¿Cambiará la modificación del pliego de condiciones propuesta las características del producto IG?
- ¿Aceptarán los consumidores la modificación?

4.3 Estrategias de alcance territorial para un mayor desarrollo rural

Introducción

El desarrollo rural se basa en la integración de todas las actividades localizadas en la zona, donde la agricultura es sólo uno de los sectores que forman parte del proceso de desarrollo y en el que también desempeñan una función importante el ambiente y la población local. Desde este punto de vista, las IG pueden representar una válida oportunidad para potenciar el desarrollo local y generar un círculo virtuoso sostenible que beneficie de manera positiva a toda la comunidad.

La indicación geográfica facilita la adopción de estrategias de alcance territorial

Los productos IG, en su calidad de riqueza vinculada al territorio, permiten la adopción de estrategias de alcance territorial. Ello significa que los actores locales pueden utilizar el producto IG, los recursos específicos locales a él vinculados (gastronomía local, tradiciones, paisajes, etc.) y su reputación como instrumento para aumentar la competitividad de todo el sistema económico y social local. De hecho, la estrategia IG puede reforzar la capacidad del territorio para atraer a los consumidores y turistas a la zona de producción y promoviendo un conjunto diferenciado de productos y servicios locales basados en la utilización de recursos de la zona. Como resultado de ello, los productores del sistema IG y otras empresas locales podrán desarrollar o reforzar otras actividades económicas.

En el marco de una estrategia de alcance territorial, el producto IG puede beneficiarse de la capacidad de atracción de las zonas locales y reforzar dicho atractivo. Por ejemplo, lugares turísticos y atracciones importantes (museos, emplazamientos arqueológicos, paisajes particulares, estaciones de esquí, etc.) pueden favorecer la comercialización del producto IG.

Una estrategia de este tipo requiere la coordinación colectiva y la creación de sinergias entre las diferentes actividades a fin de evitar la competencia por los mismos recursos y conflictos entre las empresas locales. Por lo tanto, es necesario examinar de qué manera se puede coordinar la estrategia territorial en los diferentes sectores.

Invertir en el turismo rural

Las sinergias entre el turismo rural y los productos IG son evidentes, el desarrollo de uno contribuye al desarrollo de los otros. La interacción se manifiesta especialmente en los eventos culturales organizados en relación con los productos que representan una región, ya que unen tradiciones, cultura o itinerarios gastronómicos (museo del queso, festival del azafrán, itinerarios del vino y del aceite de oliva, etc.): la reputación de la IG puede beneficiar el desarrollo económico y social local. Por consiguiente, los actores de la industria del turismo pueden desempeñar un papel importante al apoyar la promoción colectiva del

4.3

producto IG como embajador de la localidad, difundiendo información y organizando itinerarios turísticos como, por ejemplo, una combinación de rutas pintorescas y escalas gastronómicas en restaurantes o zonas de producción. (véase el recuadro 7).

De hecho, los recursos locales que se utilizan para la creación de la calidad específica de un producto constituyen además recursos importantes para el turismo. Paisajes singulares configurados por sistemas agrícolas con el correr del tiempo, razas de animales o variedades de plantas autóctonas específicas, saber hacer y tradiciones relacionados con la producción pueden servir de vehículo para desarrollar el turismo cultural y el turismo verde o rural.

El desarrollo y la promoción de un producto IG puede ser un punto de partida para el desarrollo y la promoción de todo el patrimonio geográfico y cultural de productos relacionados dentro de un conjunto de bienes. Además de potenciar el desarrollo económico de otras actividades locales, agregar valor al turismo puede facilitar la promoción colectiva de un producto y la exploración de nuevos canales de comercialización. Desde esta perspectiva, el turismo rural se ha convertido en un instrumento de diversificación de las actividades agrícolas, promoviendo productos y recursos por medio de la degustación y la venta directa a turistas y consumidores.

Estudio de caso

Estudio de caso 5: Estrategia de alcance territorial: beneficiarse de la reputación de la IG LARDO DI COLONNATA (Italia)

El Lardo di Colonnata (tocino de cerdo) se produce en un pueblo muy pequeño (Colonnata) situado en las montañas toscanas (provincia de Massa-Carrara), siguiendo un proceso de producción muy específico (en concreto, el tocino se madura en cubas de mármol que se colocan en bodegas o cuevas con escasa ventilación) (véase el estudio de caso 5 en el capítulo 2.3). El Lardo di Colonnata adquirió reputación en Italia en el decenio de 1990.

La zona de producción está limitada al pequeño pueblo de Colonnata, el cual prefirió la identificación del Lardo con el pueblo y su población, convirtiéndose así en su símbolo y en el factor catalizador de una estrategia integral de desarrollo local. Como consecuencia de la creciente notoriedad y reputación adquiridas, muchas otras familias que viven en Colonnata se convirtieron en pequeños productores artesanales del Lardo, estableciendo muchas otras actividades económicas como restaurantes, pequeñas tiendas, hoteles, etc. La economía del Lardo revitalizó también la actividad turística unida a la visita de las canteras de mármol situadas cerca del pueblo, en los Alpes Apuanes. Por lo tanto, muchos de los jóvenes que habían emigrado a otras partes por motivos de trabajo regresaron al pueblo para emprender actividades económicas, como la apertura de nuevos restaurantes o tiendas de comestibles y la organización de visitas a las cuevas de mármol.



Cuba típica de mármol utilizada en la maduración del Lardo di Colonnata



Fuente: Belletti G., Marescotti A. (2006)

Condiciones para formular estrategias de alcance territorial

Existen algunas condiciones previas necesarias para poder formular una estrategia de alcance territorial basada en la IG, que son:

1. El producto IG debe representar un elemento con el que se identifiquen todos los actores locales (no sólo los que participan en el proceso de producción) y asumir una función catalizadora en la planificación de una estrategia general de desarrollo integrado rural.
2. Además de la reputación del producto IG vinculado al territorio, el territorio debe atraer a consumidores externos (turistas) o tener potencial para ello. De este modo, dichos consumidores pueden disfrutar de la compra de productos típicos (el producto IG y otros productos locales) y de los servicios que ofrece el mismo territorio. Este modo de acortar los canales de distribución puede potenciar al máximo los efectos económicos en el territorio.
3. La cohesión social también es importante para sustentar la consolidación de la identidad basada en el producto y reforzar los vínculos entre los diferentes sectores económicos y los proyectos comunes (por ejemplo, la organización de ferias locales o rutas que unan las unidades de producción, lugares turísticos, restaurantes y habitaciones, etc. véase el estudio de caso 6).
4. Los recursos naturales, culturales, históricos, etc. a nivel local deben ser muy específicos y bien reconocibles por los consumidores.

Estudio de caso

Estudio de caso 6: IG como instrumento para promover el territorio. La ruta del vino de Goethe (el Brasil)

El vino de Goethe se produce en la región de Urussanga desde hace más de un siglo. Su identidad específica tiene su origen en la tradición vinícola local y la variedad de la parra. Los productores, en colaboración con el municipio, servicios públicos agronómicos, el gobierno y la Universidad Federal de Santa Catarina están trabajando en el reconocimiento de su vino a través de una IG. "Vales da Uva Goethe" será una de las primeras IG registradas por la Oficina Nacional de Propiedad Intelectual de conformidad con la legislación brasileña. La Asociación PROGOETHE está realizando además algunas actividades relacionadas con el turismo rural dirigidas al desarrollo rural. Proponen rutas enoturísticas en la zona, creando redes con diferentes actividades económicas locales, como:

- visita al museo en el que se presenta la historia del vino y del cultivo de la parra en la región
- visita a una iglesia con un arte sacra particular
- visita a las bodegas y cata del vino de Goethe
- y comidas en un restaurante célebre en el cual se ofrece vino de Goethe.

Gracias a este tipo de actividades turísticas, la economía de la zona se está beneficiando de la reputación y del reconocimiento del vino.

Fuente: www.progoethe.com.br/atrativos.php



Participación de los actores locales en las estrategias de alcance territorial

Para formular una estrategia de alcance territorial, es necesaria la participación de otros actores de sectores económicos locales en el proceso de agregación de valor. Es importante organizar reuniones con la comunidad local a fin de explicar el proceso de desarrollo y promoción del producto de calidad específica y demostrar que constituye además una oportunidad de desarrollo para todo el territorio como resultado de las interacciones con otras redes económicas y sociales.

Por lo tanto, la participación de actores públicos locales es necesaria para sostener dicha estrategia integrada de desarrollo, facilitando un entorno favorable que permita la participación de diferentes sectores y grupos sociales. De hecho, el interés público debe velar por que se tengan en cuenta no sólo aspectos económicos y comerciales, sino más en concreto, aspectos sociales, culturales y ambientales. En los casos satisfactorios, la comunidad rural, el sector privado y los diferentes niveles de gobierno pueden contribuir a la reproducción o la mejora de los recursos locales específicos y a la generación de oportunidades para otras actividades económicas y sociales, y esta estrecha colaboración entre asociados con objetivos comunes refuerza la cohesión social.

Dicha interacción entre sectores, en particular entre la agricultura y el turismo, es importante no sólo a nivel local, sino que también debe considerarse a nivel nacional (véase el estudio de caso 7). De hecho, las políticas públicas y privadas relacionadas con el turismo podrían poner de relieve el patrimonio gastronómico para dar una mayor visibilidad a los productos locales, por ejemplo, valorizándolos en los restaurantes.

Estudio de caso

Estudio de caso 7: IG y desarrollo del turismo rural (Marruecos)

En Marruecos los productos terruñote clidad vinculada al origen sirven de punto de partida para movilizar a diferentes actores locales interesados en desarrollar el turismo en las zonas rurales. Éste es el caso de productos como el azafrán de Taliouine y el aceite de argán del Anti-Atlas, que han servido para crear rutas turísticas basadas en su producción, con visitas a las aldeas, presentación de las técnicas de producción, sesiones de degustación y la posibilidad de comprar los productos. Algunos grupos de las aldeas, con el apoyo de ONG, han creado infraestructuras para acoger a los turistas por períodos más largos, lo que les permite pasar algunas noches en las aldeas. Ello ha estimulado a los habitantes de las aldeas a invertir en la limpieza y la higiene de éstas. Todo ello forma parte de la red de trabajo del "turismo responsable", que se promueve a través de su sitio web (www.tourisme-atlas.com) con el fin de que turistas internacionales y nacionales elijan su destino vinculado a un territorio de productos típicos, entre las rutas del azafrán, el aceite de argán y la rosa, señalando las atracciones, el alojamiento y restaurantes. Los diversos actores que prestan apoyo a este proyecto de desarrollo son los siguientes: Agence de développement social du Maroc, la ONG « Migrations et développement », el Organismo Francés de Desarrollo, la Comisión Europea.



Source: FAO, 2006. and www.tourisme-atlas.com

PARA PRACTICAR

Considere los temas planteados en relación con su situación.

Responda a las siguientes preguntas:

Formar parte del territorio

- ¿Conoce todos los recursos de su territorio?
- ¿Cuáles son las actividades económicas que utilizan también los recursos locales vinculados con el producto IG que están localizadas en el territorio?
- ¿Cómo se coordinan entre estas actividades?
- ¿La reputación de su producto está vinculada a la reputación del territorio?
- ¿Qué plan de acción se podrá aplicar para asociar a los diferentes actores locales en una estrategia global territorial de promoción (comunicación, formación, etc.)?
- ¿Cuáles son los retos y las oportunidades para desarrollarlos?

Potencial turístico

- ¿El sistema de producción puede atraer a los turistas? ¿Por qué?
- ¿Cuál es el potencial para el desarrollo del turismo rural o agrícola (encanto de la región, lugares de interés, restaurantes, hoteles, etc.)? ¿Hay alguna posibilidad de que los agricultores alojen a los turistas en los lugares de producción?
- ¿Son conscientes los actores públicos del potencial de desarrollo rural de los productos IG? ¿Están informados del desarrollo del sistema IG? ¿Participan en él?
- ¿Vienen turistas a la zona? ¿Quiénes son?
- ¿Cuáles son las principales ventajas e inconvenientes?
- ¿Qué podríamos hacer para fomentar las ventas directas o la promoción del producto en restaurantes y hoteles (mejorar el envasado, crear un punto de venta, preparar contratos con hoteles y restaurantes, etc.)?

