

EVENTO NACIONAL SOBRE QUINUA REAL DEL ALTIPLANO SUR DE BOLIVIA
Ciudad de La Paz, martes 29 de noviembre de 2022

Valorización de productos de origen, sellos de calidad y denominaciones de origen

Giovanni Belletti

Silvia Scaramuzzi

Università degli Studi di Firenze – Italia

29 novembre 2022

EVENTO NACIONAL SOBRE QUINUA REAL DEL ALTIPLANO SUR DE BOLIVIA
Ciudad de La Paz, martes 29 de noviembre de 2022

Valorización de productos de origen, sellos de calidad y denominaciones de origen

PARTE 2

Estrategias de construcción y uso de las Denominaciones de origen y sus efectos

Giovanni Belletti

Università degli Studi di Firenze – Italia



PARTE 2 - Contenidos

- A) El “éxito” de la Denominación de origen
- B) Reglas colectivas y construcción del pliego de condiciones
- C) Denominaciones de origen y cadenas globales de valor
- D) Importancia de la evaluación participativa de los efectos
- E) Acción colectiva y gobernanza de una DO: el papel de los organismos colectivos

3

A) El “éxito” de la Denominación de origen

La complejidad de los efectos de las iniciativas de valorización a través de DO y las perspectivas de evaluación

Efectos de diferentes estrategias de valorización de productos de origen

Diferentes estrategias de uso de las Denominaciones de origen

Estrategias de valorización y efectos

La DO es **una herramienta** que puede ser utilizada in diferentes estrategias

Otras herramientas entran en estas estrategias

Los productos de origen son **diferentes** por características, historias, niveles de reputación, ... y diferentes necesidades

En las cadenas de los productos de origen están **diferentes empresas y actores**, cada uno con su propios objetivos: conflicto o acuerdo sobre la visión de la DO?

→ **Diferentes enfoques de evaluación:** Dos ejemplos:

- Carne de cerdo salvaje “Cinta senese DOP”
- Bresaola della Valtellina IGP (carne salada y secada)

El caso de la carne Cinta Senese DOP

Estrategias de valorización y efectos

Integración entre protección, territorio y medio ambiente:

- ❑ Una raza autóctona de cerdo salvaje
- ❑ Muy específica de la región de las zonas de colina in Toscana (en la parte central de Italia)
- ❑ Vive al aire libre en los bosques
- ❑ Vinculo con la gastronomía local
- ❑ Peligro de extinción hasta 1990
- ❑ En los años 90 algo cambió → valorización



Los animales se mantienen al aire libre y se alimentan principalmente con alimentos locales

Los animales se mantienen al aire libre y se alimentan principalmente con alimentos locales

El jamón se procesa en la granja o en pequeñas empresas artesanales

La mayor parte del jamón de Cinta se vende en el mercado local o en pequeñas tiendas, a un alto precio

El jamón de Cinta está protegido por una DOP sobre la carne fresca y por una marca colectiva

7

El caso de la Bresaola della Valtellina IGP

Estrategias de valorización y efectos

Enfoque sobre la cadena de producción

- ❑ La bresaola es una carne bovina salada y secada típica del Norte Italia
- ❑ In Valtellina, una pequeña valle en las montañas del Norte Italia, hay una producción tradicional de Bresaola
- ❑ Producto que tenía un mercado bastante localizado, con diferentes modelos productivos (artesanal y industrial de pequeña escala)
- ❑ Otras bresaolas producidas en otros lugares
- ❑ Los industriales procesadores preguntaron por una IGP sin vínculos geográficos sobre el área de producción de la carne fresca, solo definieron requisitos de calidad muy estrictos sobre el producto final
- ❑ Procesamiento en toda la provincia di Sondrio (no solo en la valle Valtellina), por incluir también empresas más grandes y “industriales”



La carne fresca es importada, la mayor parte es cebú desde Brasil ...



El jamón se procesa en empresas industriales

La Bresaola está protegida por una IGP

La mayor parte de la Bresaola IGP se vende en los supermercados, a un precio mas alto del jamón (por ex. De Parma), frecuentemente envasada al vacío en atmósfera modificada

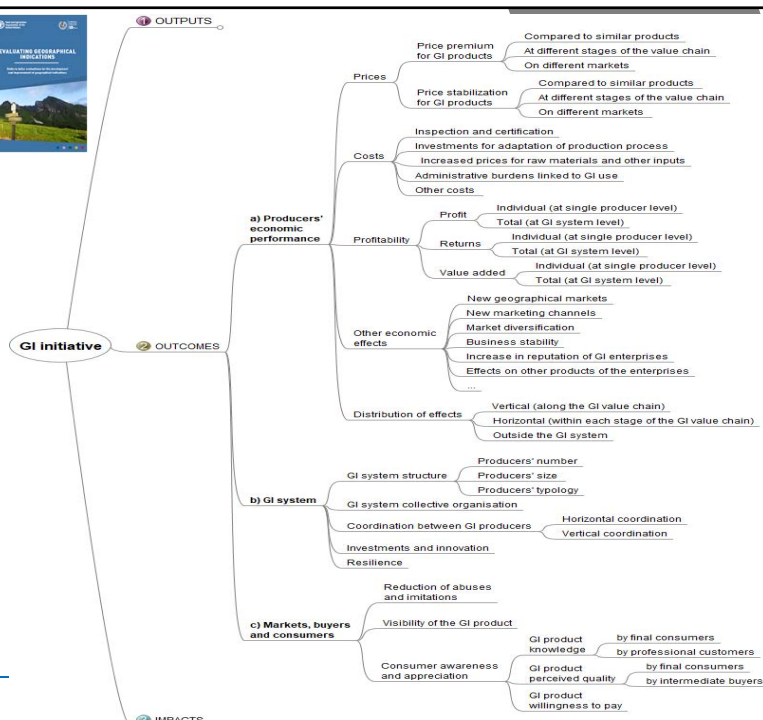
Comparación: 2 denominaciones exitosas?

<p>Cinta Senese PDO</p> <p>→ Estrategia de defensa territorial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conflictos con las regiones vecinas, que están excluidas de la DOP • Incorporación fuerte de recursos específicos locales (raza y también alimentos y conocimientos) • Atención a la relación animal / medio ambiente (control de exceso de pastoreo en el bosque) • Bajo nivel de utilización del sello por las empresas ... • ... pero agricultores y pequeños procesadores disfrutan sinergias con turismo rural • El producto es un emblema del territorio rural • importante contribución a la conservación de la raza Cinta senese
<p>Bresaola della Valtellina IGP</p> <p>→ Estrategia ofensiva de la fase de procesamiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa de la DO es de la fase de transformación industrial • Conflictos internos: <ul style="list-style-type: none"> • con el componente artesanal de la cadena • con la fase agrícola local. • Baja incorporación de recursos locales específicos: la materia prima puede ser de cualquier origen • Fuerte nivel de uso del sello para los procesadores: 16 procesadores involucrados, ventas para 250 mio€ • Excelente rendimiento en términos de ventas y apreciación del consumidor (que pero no es bien informado)

Mapeo de los efectos potenciales



Mapa de efectos de segundo orden OUTCOMES



Focus → Efectos económicos

Los efectos potenciales

Los beneficios económicos para las empresas

- Precios más altos
- Aumento de los volúmenes de ventas
- Estabilización de los canales comerciales
- Apertura de nuevos canales (por ejemplo, supermercados) y nuevos mercados (por ejemplo, exportación)
- Estímulo a una lógica de control de calidad
- Efecto de "medalla" para otros productos no IG

Focus → Efectos económicos

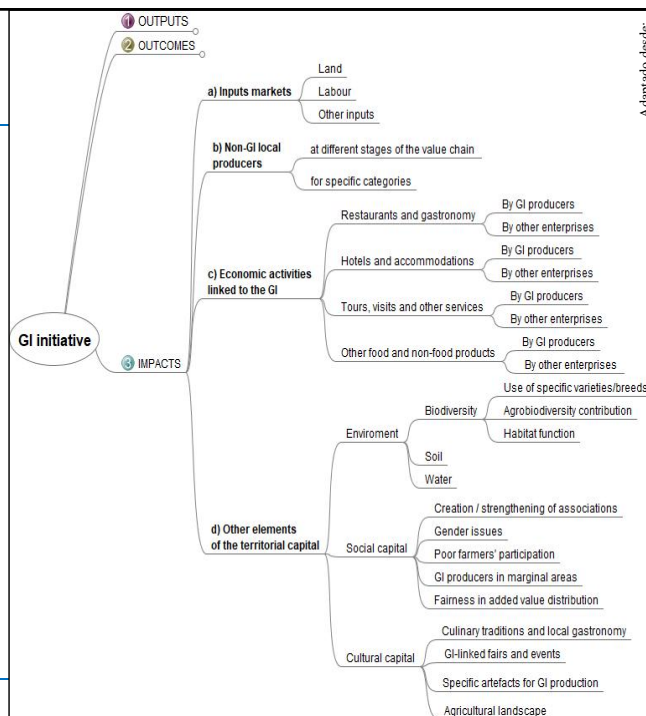
Los efectos potenciales

Los costos para las empresas

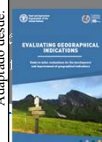
- **Los costos preliminares** : necesarios para solicitar el registro (experiencia en la elaboración de los documentos técnicos e históricos, animación rural, reuniones ...)
- **Los costos directos** : costos para las inspecciones y certificación. Varían de acuerdo con las especificaciones y la estructura del sistema de producción.
- **Los costos indirectos** : costos de adaptación de la estructura y organización de la empresa para cumplir con las especificaciones. Ex. nuevas plantas , nueva organización para mantener dos procesos de producción separadas , los mayores precios de las materias primas de calidad.
- **los costos de incumplimiento**: debido a la parte de la producción que no puede ser vendida como DOP/IGP, ya que no alcanza el nivel mínimo requerido por las especificaciones
Otros gastos: actividades de promoción para apoyar la reputación, a menudo las colectivas

Mapeo de los efectos potenciales

Mapa de efectos de tercer orden IMPACTS



Adaptado desde:



Áreas críticas de éxito / fracaso

Estrategias de
valorización y
efectos

Identificamos **6 áreas principales**:

- Activación del proceso
- **Reglas colectivas y construcción del pliego de condiciones →**
- Gestión del balance tradición/innovación
- **Acción colectiva y Gobernanza del sello →**
- Controles y garantía al consumidor
- Extensión territorial

Por cada área se identifican **desafíos** y **principios para una política de valorización sostenible**, a la luz de las experiencias de investigación.

17

B) Reglas colectivas y construcción del pliego de condiciones

Reglas colectivas y construcción del pliego de condiciones

Fase de la CALIFICACION del circulo virtuoso:

- Acuerdos entre actores - y reglas consecuentes - juegan un papel fundamental en el proceso de valorización del producto de origen
- Cada regla afecta la posición de cada actor y las relaciones entre actores → efectos de diferente naturaleza (+ o -)
- Pero también la falta de reglas genera efectos (también la non-acción es una acción)

→ **Cómo gestionar los conflictos entre visiones/intereses diferentes?**

El sistema de garantía

Reglas colectivas

Dado que la reputación del recurso común (PB-PO-AB) aprovecha a todos los que la utilizan para comercializar el producto/servicio a eso relacionado, debe existir un **sistema local de garantía** que asegure que todos los actores cumplen con los requisitos establecidos en el pliego de condiciones, tanto:

- a los **consumidores** que no serán engañados por un producto/servicio que no responde a la promesa;
- a los **productores** honestos que no se verán perjudicados por la competencia desleal.

La verificación de la conformidad del producto se basa en tres componentes principales:

- materia prima y procesos, como se define en el pliego;
- trazabilidad, para asegurar que el producto se origine en la zona delimitada;
- Producto/servicio final, tal y como se presenta a los consumidores ...).

El reto consiste en establecer un **sistema de garantía** que sea:

- eficaz
- fiable
- factible y accesible desde el punto de vista organizativo y económico.

Se dispone de diferentes sistemas de garantía, más o menos formales y fiables

→ *Intercambio entre la fiabilidad y el costo del control*

La importancia de las garantías para los consumidores

Los consumidores son cada vez más cuidadosos a la hora de comprar, especialmente por lo que se refiere a los alimentos, ya sea por lo que respecta a su calidad (ingredientes, sabor, textura, etc.) como por lo que concierne a los procesos de producción (¿son éticos? ¿respetan el medio ambiente y las tradiciones? ¿son típicos de la zona de origen? ¿quiénes son los productores? ¿qué cultura y características tienen?). Los consumidores están dispuestos a pagar más por productos que responden positivamente a estas preguntas. Esperan que se ofrezcan garantías con respecto a lo siguiente

- el origen, el método de elaboración y la especificidad de los productos,
- el etiquetado con información bien precisa y determinada,
- trazabilidad: quién hace qué en cada fase de producción.

Próximos pasos ...

Reglas colectivas

Análisis de **4 aspectos fundamentales** relativamente a la definición de reglas colectivas:

1. La delimitación el **territorio** de producción
 2. La definición de la **calidad específica del producto / servicio**
 3. La definición del **proceso de producción** y de las fases a considerar
 4. Los **aspectos ambientales y sociales** en el pliego de condiciones.
- Los 4 aspectos son relacionados, primero los analizaremos individualmente con algunos ejemplos, luego daremos una visión general.
- Referencia específica a la valorización de productos de origen a través de indicaciones geográficas (Denominaciones de origen, marcas colectivas geográficas, otro ...)
- Extensión a iniciativas de valorización colectiva de otra naturaleza

1. La delimitación del territorio de producción

BRUNELLO DI MONTALCINO
— La Guida Vini di Quattrocalci —
Denominazioni di origine

1,979 ha superficie vitata (Italia)
90.000 hl produzione nazionale

Tipologie
base riserva

base: 6 anni di cui 2 in legno
riserva: 8 anni di cui 2 in legno

Biondi Santi
Brunello di
138,00 €
iWine
Spedizione gratuita

Biondi Santi Rosso
di Montalcino 2016
52,90 €

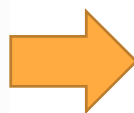
La delimitación del territorio

Delimitar el territorio

La base territorial para obtener el derecho de usar una IG (o participar en otra iniciativa de valorización: ej. una ruta patrimonial, o de sabores ...) debe estar estrechamente relacionada con la especificidad del recurso y su vínculo con el origen geográfico.

La delimitación no permite que ningún otro productor afuera utilice la IG / participe a la iniciativa.

Por tanto, para establecer la delimitación hay que examinar cuidadosamente varios problemas y usar los criterios mas pertinentes a los objetivos logrados.



Para delimitar un territorio se deben tener en cuenta **cuatro criterios fundamentales**:

- Los **criterios físicos**, como el suelo, el clima, la topografía, la exposición, el suministro hídrico, etc.
- Las **prácticas locales**, por ejemplo, las condiciones de cultivo, las variedades, la recolección, las prácticas de procesamiento, etc.
- La **historia local y la reputación** del PO y de su Indicación geográfica (o PB-AB).
- La **localización de los productores** (real y potencial).

La dimensión del territorio a delimitarse

Delimitar el territorio

- Cuanto mayor sea la zona delimitada, más productores podrán participar en la iniciativa y utilizar el sello común (ej la DO) y se podrá suministrar más producto con IG.
- Lo contrario se aplica a las zonas restringidas.
- Es probable que territorios amplios abarquen zonas heterogéneas, con diferencias en cuanto a la calidad de los suelos, el clima, etc → pueden afectar a las características de calidad, homogeneidad e identidad del producto con IG.
- Una posible solución para estos casos es la definición de subzonas, que los productores pueden indicar en sus etiquetas → *ejemplo*

Subzonas dentro del territorio de producción: Fagiolo di Sorana IGP (Toscana, Italia)

Caso de estudio

- Los frijoles Fagiolo di Sorana se producen en las colinas alrededor del pueblo de Pescia en la zona de Sorana (Toscana), de donde deriva su nombre.
- Los frijoles de Sorana se venden en recipientes de vidrio o bolsas de plástico de pesos y tamaños variables, y deben ser sellados y etiquetados.
- La producción anual del producto IGP es de unas seis toneladas, producida por unas 15 granjas, en su mayoría de pequeño tamaño.
- Se identificó una subzona, Ghiareto, dentro de la zona geográfica más amplia de producción para distinguir sus frijoles, que tienen una calidad diferente debido a las diferentes condiciones climáticas y suelos de la subzona.
- Los agricultores de la subzona de Ghiareto pueden incluir en su etiqueta la indicación "zona de Ghiareto", además de la indicación "Fagiolo di Sorana IGP", para indicar la mayor calidad de sus frijoles.



Definir los límites geográficos en función de las etapas del proceso de producción

Delimitar el territorio

En algunos casos, los agentes prefieren definir **límites geográficos de manera diferenciada para las diversas etapas del proceso de producción.**

Ejemplos:

- Un único límite para todo el proceso de producción
- Límite diferenciado para la fase de cultivo y la fase de elaboración
- Inclusión dentro de los límites también de la elaboración final (embotellado de vinos o aceite de oliva; corte de carne curada; porcionado de queso o de carne)
- También vincular el origen de los alimentos para el ganado...

→ Impactos importantes sobre la **distribución vertical de los beneficios (en la cadena de valor)**

2. La definición de la calidad específica del producto / servicio

Las características de calidad del producto

Calidad

La descripción del producto debe comprender lo siguiente:

- Materias primas.
- Características físicas (forma, apariencia, etc.) y presentación (fresco, en conserva, etc.).
- Sustancias químicas (aditivos, etc.).
- Agentes microbiológicos (utilización de fermentos, presencia de gérmenes, etc.).
- Características organolépticas (sabor, textura, color, perfil sensorial, aromas, gusto, etc).
- ...

La especificidad de la calidad tiene que ser relacionada de una cualquier medida a los recursos específicos locales.

Tomar en cuenta la **diversidad de los productos en el mismo territorio**: CUAL ES EL PRODUCTO “ORIGINAL”? Quien tiene que decidirlo?

La trampa “calidad-exclusión”

Calidad

La trampa "calidad- exclusión" caracteriza a muchas iniciativas de IG, no sólo en los países en desarrollo. La forma en que se diseñan las reglas colectivas y el sistema de control es de considerable importancia.

A fin de mejorar la calidad del producto vinculado al origen para que sea más atractivo comercialmente a corto plazo y para mejorar su reputación a largo plazo, las especificaciones suelen ser estrictas y bien controladas.

Pero esto puede impedir que los productores mas pequeños y “débiles” participen en la IG. Por lo tanto, son frecuentes **dos soluciones**:

- 1) establecer **normas débiles** que permitan a los productores seguir produciendo y comercializar como antes,
- 2) escribir pliegos de condiciones selectivas pero **no implementar un sistema de control efectivo**.

En ambos casos el IG se deja de hecho sin reglas y por lo tanto sus efectos serán limitados
→ NO SE CONSTRUYE/MANTIENE LA REPUTACION COLECTIVA

La Pimienta de Penja (Camerun)

Caso de estudio

Producto con gran reputación internacional, y muchas imitaciones (usurpación del nombre)

Primera indicación geográfica registrada en los países de la OAPI.

Sin embargo el producto es reconocido como "calificado". La noticia de la inscripción de la IG, amplificada por los medios de comunicación, incrementó el interés de los productores (número de empresas de la cadena ha aumentado diez veces en tres años y áreas cultivadas hasta tres veces).

Aumento significativo de los precios.



Estrategias IG proactivas

Estrategias IG proactivas

Una estrategia proactiva de IG y algunas innovaciones en la gobernanza son de importancia fundamental para superar el dilema entre calidad del producto y exclusión de los pequeños productores → **responder con acciones específicas a las siguientes cuestiones críticas:**

- la discrepancia entre las especificaciones y las prácticas de los productores deben ser satisfechos por la **formación** en el y la **difusión de técnicas apropiadas**;
- el **grado de precisión y fiabilidad de los sistemas de control y trazabilidad** debe elegirse cuidadosamente, teniendo en cuenta que controles más estrictos implican mayores esfuerzos y costos de certificación → riesgo de exclusión de los actores más débiles ;
- la prestación de **servicios de asistencia técnica y apoyo a las inversiones de interés colectivo**, por parte del Estado o de asociaciones interprofesionales, que puedan permitir a los pequeños productores utilizar la IG.

3. La definición del proceso de producción

La reglas sobre el proceso de producción

Proceso

Los requisitos relativos a los métodos de elaboración pueden ser motivo de preocupación:

- las técnicas de elaboración (temperatura, duración de las fases, etc.);
- la utilización / interdicción de equipos específicos;
- en el caso de los productos de origen animal: prácticas de cría, alimentación (local / no local; no OGM), edad de sacrificio, etc.;
- para los productos vegetales: variedades vegetales, cosecha, almacenamiento, etc.;
- aspectos sociales y ambientales del proceso de producción, como los derechos de los trabajadores, el uso de productos químicos o la gestión del agua;
- ...

→ Impactos sobre la **distribución horizontal de los beneficios al interior del sistema de producción**

→ Muchas relaciones con el tema de la **inclusividad y sostenibilidad**

La gestión de la innovación

Innovación en el
proceso

4. Los aspectos ambientales y sociales en el pliego de condiciones

Reglas colectivas, medio ambiente y inclusión

Ambiente y
sociedad

En general, la valorización de PB-PO-AB puede generar efectos positivos en el territorio, contribuyendo a la economía e vida social → **EFFECTOS INDIRECTOS**

Talvez el buen éxito de la iniciativa de valorización genera esa misma:

- presiones negativas sobre los recursos locales (*ej. monocultivo, intensificación de las practicas, estandarización de los productos, sustitución de racas/variedades locales con mas productivas ...*)
- procesos de exclusión de los pequeños productores (*competencia interna entre productores industriales y artesanales*)

Incluir reglas especificas en los pliegos

Ambiente y
sociedad

Relaciones **DIRECTAS**: incluir reglas colectivas especificas sobre aspectos ambientales y sociales → refuerzo del circulo virtuoso

Unos aspectos a considerarse:

- Conservación de los paisajes tradicionales
- Conservación de la biodiversidad
- Evitar sobre-explotación de los recursos (suelo, agua ...)
- Conservación de la cultura y de las tradiciones
- Efectos socio-económicos: inclusión de los pequeños productores, mujeres, poblaciones indígenas
- ...

Limitaciones de rendimiento en los aceites de oliva (y el vino...)

Ambiente y sociedad



Limitación de la carga animal en los pastos o en los bosques

Ambiente y sociedad

Objetivo: evitar el pastoreo excesivo y la destrucción de los hábitats

El caso del cerdo salvaje "Cinta senese DOP"



El trabajo y las condiciones de trabajo de las mujeres: el aceite de Argan (Morocco, Africa)

Ambiente y
sociedad



La inclusión de reglas sobre medio ambiente y sociedad

Ambiente y
sociedad

Muchas reglas del PS pueden afectar el medio ambiente y los equilibrios sociales en los territorios de producción

Normalmente los productores **no insertan** en el pliego de condiciones ninguna norma adicional relativa a cuestiones sociales y ambientales en consideración que:

- **Aumenta los costos** de cumplimiento y control
- Rara vez se relacionan con la calidad organoléptica del producto y la tipicidad
- Hay **otras normas y reglas específicamente dedicadas y disponibles** para las cuestiones sociales y ambientales

→ **comunicar a las partes interesadas y a los consumidores al VALOR ANADIDO AMBIENTAL Y SOCIAL de los productos y servicios relacionados a PO-AB-PB**

Consideraciones sobre la definición de la reglas colectivas

La importancia de la definición de las normas

Resumiendo

El Pliego de condiciones es el documento oficial, autodeterminado, en el que se median los objetivos de diferentes y a menudo contrastantes actores.

Se necesita una acción colectiva para identificar el producto y discutir sus principales características, compartir conceptos y conocimientos y formar una estrategia única hacia la IG.

El pliego de condiciones actúa como un estándar para los actores involucrados en el proceso de valorización.

El Pliego tiene principalmente dos conjuntos de efectos::

- **Calificación externa**
 - Limpieza de los usos engañosos o falsos del GI
 - La construcción y comunicación de la identidad a los clientes y consumidores finales
 - Apoyo a las iniciativas colectivas de valorización
- **Calificación interna**
 - Creación de un estándar interno
 - Lucha contra la competencia desleal "interna".

Reglas y estrategias de valorización

Resumiendo

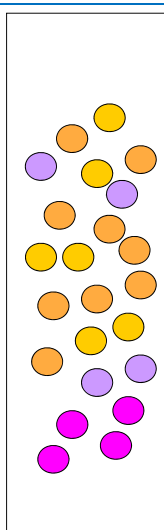
No es importante cada regla, sino tomar en cuenta el conjunto de las reglas que se ven definiendo

El tipo de reglas que se definen son relacionadas con el fin último de la estrategia de valorización → los objetivos del grupo piloto de la iniciativa

Por un mismo producto/servicio hay muchas estrategias posibles (y “paquetes” de reglas alternativas)

La construcción de la estrategia de valorización

Resumiendo



Muchas estrategias posibles, dependiendo de la reputación que la IG (no protegida) haya adquirido ya en el mercado, y del vínculo entre el producto y su territorio:

- **Estrategia “defensiva”**: principalmente dirigida a proteger un producto con una fuerte reputación de la competencia desleal.
- **Estrategia “ofensiva”** aumentar la visibilidad y la reputación en el mercado, ganar nuevos mercados (países, canales), establecer las condiciones para las acciones colectivas de comercialización
- **Estrategias de la cadena de suministro**, centradas en el producto y su cadena de suministro:
- **Estrategias “extensas”**: fortalecer la imagen de todo el territorio, preservar la autenticidad y los métodos de producción tradicionales, proteger el medio ambiente y los recursos genéticos locales, integrar otras actividades económicas (como el turismo)

C) La DO herramienta de de desmercantilización ("decommodification") en las cadenas globales de valor

Denominaciones de origen: ¿cómo pueden contribuir a la desmercantilización?

- Las IG ofrecen interesantes oportunidades, incluso en comparación con otros estándares (orgánico, comercio justo):
 - La calidad del producto es específica, porque está vinculada a recursos locales específicos
 - Las normas establecidas por los productores → posibilidad de tener en cuenta las especificidades locales
 - Delimitación de la zona de producción y transformación

Principales obstáculos externos a la desmercantilización a través de la DO

- MARCO LEGAL INCOMPLETO
 - La protección de las IG sólo es efectiva en el país en el que se reconoce → *fracaso en las negociaciones de la OMC*
 - Posibilidad de ampliación con Acuerdos Bilaterales de Protección con otros países → *algunas noticias positivas, por ejemplo, de la UE ...*
 - Si está garantizado por un sistema de control interno eficaz, puede permitir la diferenciación hacia clientes "profesionales" (aunque no sean consumidores finales)
- ESTRUCTURA DE LA CADENA DE SUMINISTRO
 - Distancia física
 - Razones tecnológicas (por ejemplo, la etapa final en el país de consumo: por ejemplo, el tostado en el caso del café)
 - Desequilibrios de poder : las etapas "posteriores" de la cadena pueden apropiarse de gran parte del valor generado en el mercado por la IG

Un mapa de las opciones estratégicas para definir el Pliego de Condiciones

Dos áreas principales de toma de decisiones:

Identidad territorial del producto (tipicidad) definida en el pliego de condiciones

Extensión de la zona geográfica → volumen de producción

		IDENTIDAD TERRITORIAL DEL PRODUCTO	
		Débil	Fuerte
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	Grande	Tipo D Mercado masivo de calidad	Tipo A Nicho de mercado intermedio (comerciantes, transformadores)
	Reducido	Tipo C La IG como norma comercial	Tipo B Nicho de mercado final de consumo (también cadenas de suministro alternativas)

Ejemplos en las DO del café

		IDENTIDAD TERRITORIAL DEL PRODUCTO	
		Débil	Fuerte
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	Grande	 <p>Tipo D</p>	 <p>Tipo A</p>
	Reducido	 <p>Tipo C</p>	<p>Tipo B Nicho de mercado final de consumo</p>    

Preguntas? Reflexiones?

D) Importancia de la evaluación y técnicas de evaluación prospectiva y retrospectiva

Que e porque evaluar?

Conceptos
introdutorios

Por lo tanto, todos los posibles efectos de una iniciativa sobre un recurso PB-PO-AB en diversas dimensiones deberían **evaluarse antes de poner en marcha la iniciativa**.

Además, sus efectos reales deberían **evaluarse en el curso de su aplicación**.

La evaluación tiene por objeto **ayudar a los productores y otros interesados** a evaluar los efectos de las iniciativas sobre PB-PO-AB **en la economía, la sociedad y el medio ambiente**, y a tomar decisiones sobre la manera de establecer y administrar una iniciativa.

La evaluación puede mejorar la eficacia y la sostenibilidad del círculo virtuoso de calidad vinculada al origen. Su objetivo es contribuir a mejorar la planificación estratégica y la gestión de las iniciativas de valorización para garantizar que alcancen sus objetivos, de conformidad con la visión de los actores del territorio.

Evaluación prospectiva

Conceptos
introdutorios

La evaluación prospectiva (o ex ante) se refiere principalmente a las fases primera y segunda del círculo virtuoso (identificación y calificación), cuando se define la iniciativa de valorización.

Objetivo general: ayudar a definir las reglas prediciendo los efectos que la iniciativa tendrá en varias dimensiones (económicas, sociales y ambientales) de manera de alinear la iniciativa con los objetivos de las partes interesadas, reducir al mínimo los efectos negativos y aumentar al máximo los positivos.

La evaluación prospectiva ayuda a los productores y a otros interesados:

- comprender lo que podría suceder al establecer una iniciativa;
- identificar las cuestiones más importantes que deben abordarse en el diseño de la iniciativa;
- definir las reglas comunes de manera participativa, discutiendo los pros y los contras.



Evaluación retrospectiva

Conceptos
introdutorios

La evaluación retrospectiva considera los efectos reales de la iniciativa y aborda principalmente la cuarta fase del círculo virtuoso de calidad vinculada al origen (reproducción de los recursos locales).

Objetivo general: evaluar en qué medida la iniciativa de valorización contribuye a valorar y reproducir los actores y los recursos del territorio, fomentando la sostenibilidad económica, social y ambiental a largo plazo.

La evaluación retrospectiva ayuda a los productores y otros interesados a:

- comprender cuáles han sido los efectos de la iniciativa;
- comprender en qué medida se han cumplido los objetivos de la iniciativa y en qué medida se han alcanzado las expectativas de las partes interesadas;
- analizar las causas de los fracasos y los éxitos; y
- determinar cómo se puede cambiar la iniciativa para alcanzar mejor sus objetivos.

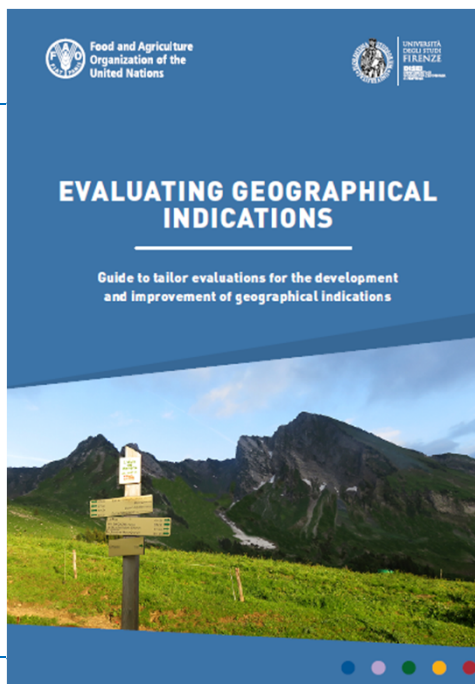


Texto de referencia

En curso de publicación
(in inglés)

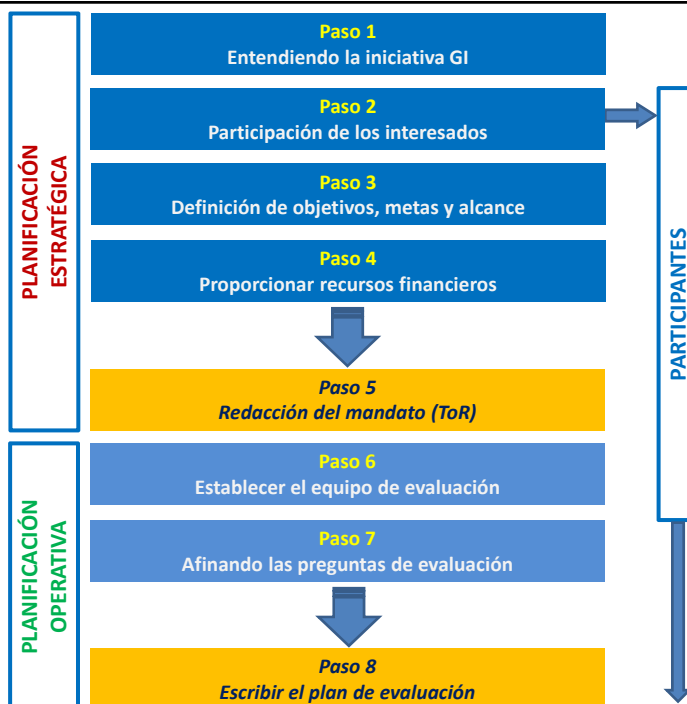
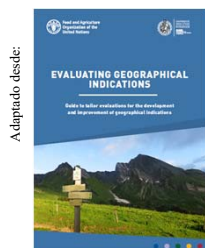
Es parte del programa
FAO “Calidad y Origen”

Se refiere a iniciativas de
valorización de productos
de origen que brindan una
indicación geográfica

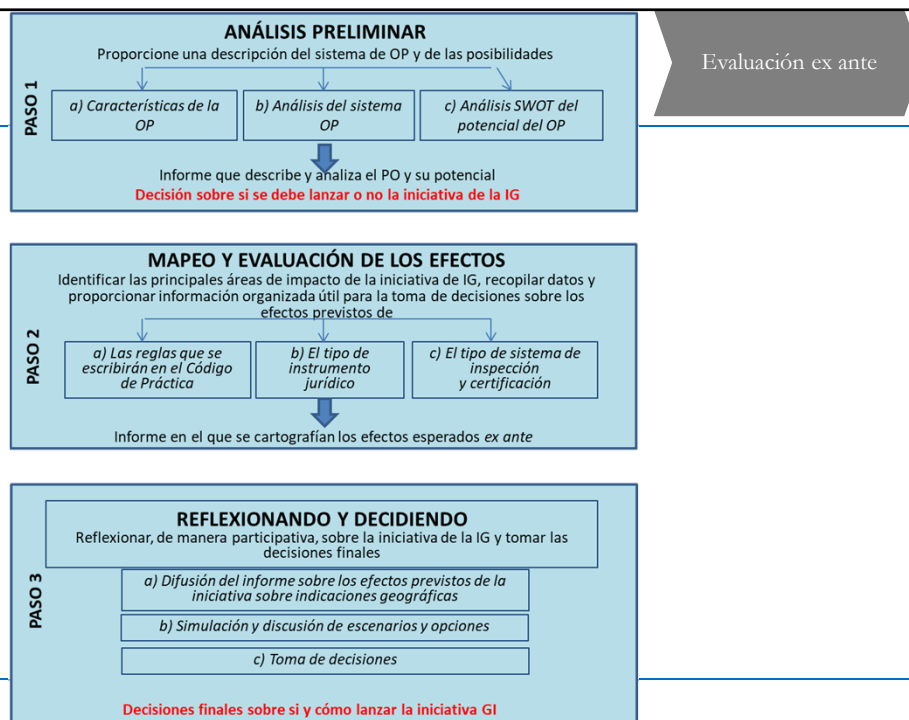


Referencias

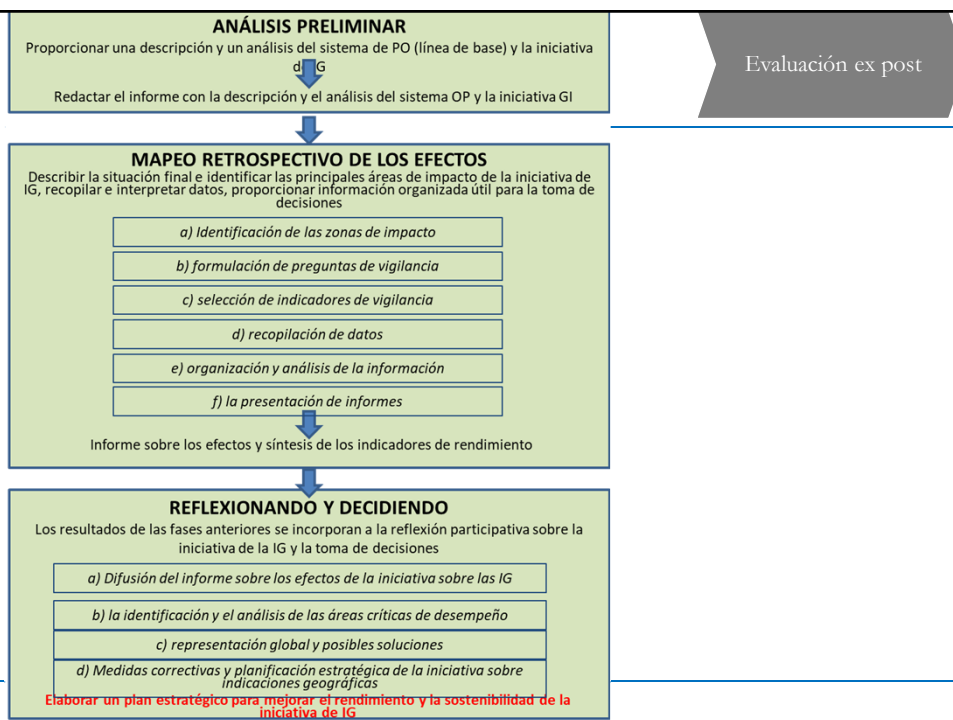
Activación y planificación de la evaluación



Fases de la evaluación ex ante



Fases de la evaluación ex post



La prueba de la Guía (ex-ante): Madd di Casamance (Senegal)

Casos

Groupe de travail n°4

NATURE DU PRODUIT A LABELISER : le fruit frais ou le produit transformé ?

Diagnostic : quelle est la situation actuelle ? 15 minutes

Propositions d'évolution et premières réflexions sur les effets potentiels: 3 heures (sur deux jours)

Questions	Première option : Le fruit frais	Deuxième option : Le fruit transformé	Autre option ?
-----------	----------------------------------	---------------------------------------	----------------



Groupe de travail n°2

DELIMITATION ET NOM : Quelle zone géographique est la plus pertinente pour l'IG et quelles conséquences sur le nom du produit IG ?

Diagnostic : quelle est la situation actuelle ? 15 minutes

Propositions d'évolution et premières réflexions sur les effets potentiels: 3 heures (sur deux jours)

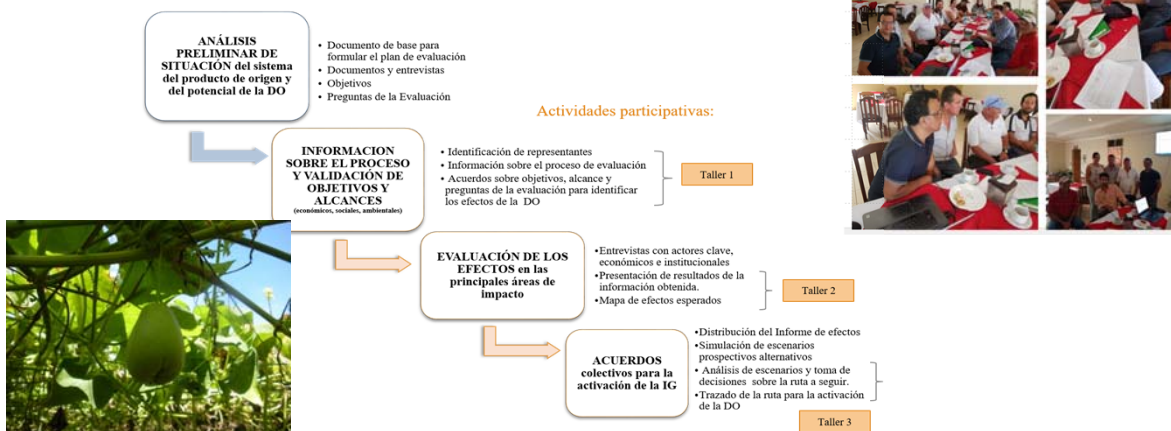


Questions	Première option : La zone retenue est la Casamance et le nom est IG « Madd de Casamance »	Deuxième option : La zone retenue est la région de Ziguinchor et le nom est IG « Madd de Ziguinchor »	Autre option ?
-----------	---	---	----------------

La prueba de la Guía (ex-ante): Chayote del Valle De Ujarrás (Costa Rica)

Casos

Fases de la Evaluación Prospectiva
Chayote 2018



E) Acción colectiva y gobernanza de una DO: el papel de los organismos colectivos

Objetivos de los organismos colectivos de gobernanza

Papel de los organismos colectivos

Tres categorías principales de objetivos:

1. LUCHA CONTRA EL NON CUMPLIMIENTO DE LAS REGLAS COMUNES Y CONTRA LA FALSIFICACIÓN

2. FUNCIONES EXTERNAS DE MARKETING → Mejorar el acceso al mercado y el fortalecimiento de la reputación del producto/servicio en el mercado

3. FUNCIONES INTERNAS AL SISTEMA DE PRODUCCION/VALORIZACION → Mejorar la efectividad interna

Por cada categoría presentamos ejemplos de algunas acciones y actividades

Categoría 1 – LUCHA CONTRA EL NON CUMPLIMIENTO DE LAS REGLAS COMUNES Y CONTRA LA FALSIFICACIÓN

Papel de los organismos colectivos

Competencia desleal:

En general, el objetivo es de garantizar el cumplimiento de las reglas comunes:

- competencia desleal externa
- competencia desleal interna → muy perjudicial y más difícil de controlar

Categoría 2 - FUNCIONES EXTERNAS DE MARKETING

Papel de los organismos colectivos

Algunas tipologías de funciones de marketing:

- desarrollo de una marca colectiva (que incorpora el GI)
- inversiones en los medios de comunicación
- aumento de la conciencia del consumidor final
- aumento de la conciencia consumidores intermedios
- apoyar a las empresas en los mercados de acceso
- clasificación cualitativa de los productos dentro de la IG

...

→ Los Organismos colectivos normalmente **no deben hacer venta del producto** → *El principio general es que el organismo colectivo no debe competir con las empresas individuales.*

En muchos casos, las cooperativas pueden comercializar el producto en conjunto (pero esto es otro papel...)

La comunicación a los consumidores locales y a los utilizadores intermedios

Papel de los organismos colectivos

MERCADO LOCAL: Acciones de educación alimentaria y promoción a los consumidores locales

- Ej. iniciativas en las escuelas

Los AGENTES INTERMEDIOS que conectan el sistema de producción local con los consumidores finales tienen un papel muy relevante.

Muchas actividades y enfoques son posibles:

- Los compradores de las cadenas de supermercados
- Importadores
- Usuarios profesionales, como tostadores y baristas en la cadena del café
- Cocineros
- ...



Categoría 3 - FUNCIONES INTERNAS

Papel de los organismos colectivos

El organismo colectivo puede ayudar a las empresas en el uso de la DO y la cadena de suministro en un mejor desempeño.

Algunas **tipologías de funciones internas**:

- Actividades de investigación y desarrollo → *colaboración con las Universidades y centros de investigación pública*
- Asistencia técnica a las empresas
- Reducción de los costos de transacción dentro de la cadena de suministro
- Mejorar la distribución vertical de los beneficios por medio de negociaciones interprofesionales
- Control del cumplimiento de las reglas del Pliego de condiciones
- Reducción de los costos de uso del sistema de certificación
- Gestión de los volúmenes de producción
- ...

Ejemplo de funciones internas: Asistencia técnica a las empresas

Papel de los organismos colectivos

La asistencia técnica puede ser relevante con el fin de facilitar las empresas:

- en el cumplimiento de las normas de seguridad generales
- en el cumplimiento de las reglas del Pliego de condiciones
- en el acceso al sistema de trazabilidad y certificación.

Muchos productos de origen son producidos por un sector informal y métodos tradicionales informales (o no totalmente formales).

El registro de una DO u otro sello de calidad tiene un efecto secundario: la **exclusión** de las empresas que no son capaces de cumplir con las reglas del Pliego, o con otras normas obligatorias (por ejemplo, normas sanitarias)

Apoyar el cumplimiento de las normas sanitarias: la cadena del aceite de Argán (Marrueco)

Papel de los organismos colectivos



Las fases iniciales de la cadena del aceite de argán (recolección de frutas, rotura de las nueces, etc ...) se gestionan de una manera informal o por los pequeños agricultores.

La gran parte de la producción no cumple con los estándares de seguridad sanitaria y trazabilidad.

La provisión de directrices de buenas prácticas y de formación son desarrollados por el Organismo colectivo en colaboración con la ONUDI y el Gobierno de Marruecos.



Consideraciones

- Los efectos de desmercantilización de la protección de la DO dependen en gran medida de los factores contextuales:
 - el contenido del pliego de condiciones
 - la organización interna del sistema
- La DO **no es la solución**, sino **una herramienta** que puede perseguir la desmercantilización según diferentes estrategias, válidas en cada caso:
 - función de norma para el comercio dentro de la cadena (mercado intermedio)
 - papel como signo de calidad para el consumidor final
- Riesgos:
 - creen que el nombre geográfico por sí solo es suficiente
 - definir una calidad vinculada exclusivamente a parámetros de calidad genérica
- Oportunidad:
 - exaltar la tipicidad vinculada a tradición y historia del producto
 - Enfatizar los aspectos sociales y medioambientales
- Buscar alianzas estratégicas dentro de la cadena de valor (cadenas de valor basadas en el contenido de valor de los productos)

Dinamización y acompañamiento

Redes de conocimientos, habilidades y competencias para una valorización territorial inclusiva y sostenible del patrimonio cultural, los productos de origen y la biodiversidad.

Financiado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea



Networking Knowledge, Skills and Competencies for an Inclusive and Sustainable Territorial Valorization of Cultural Heritage, Origin products and Biodiversity.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



[Sobre el proyecto](#) -

[Curso SUS-TER](#) -

[Construyendo Red](#) -

[Socios](#) -

[Recursos](#) -



Bienvenidos

Redes de conocimientos, habilidades y competencias para una valorización territorial inclusiva y sostenible del patrimonio cultural, los productos de origen y la biodiversidad.

Síguenos en Redes



<https://suster.org/>

<https://www.facebook.com/proyectosuster>

Bolivia, Diplomado en Gestión Territorial Biocultural con el Proyecto Biocultura y Cambio Climático (PBCC) /PRO-RURAL y la Universidad Mayor de San Simón (UMSS), con cofinanciamiento de la Cooperación suiza (COSUDE). En fase de conclusión esta primera versión. Se han desarrollado 6 LABTER

Bibliografia

- Belletti G., Marescotti A., Touzard J.M. (2017), "Geographical Indications, Public Goods and Sustainable Development: The roles of actors' strategies and public policies", *World Development*, Vol. 98, pp. 45–57
- Belletti, G., Chabrol, D., & Spinsanti, G. (2016). Échapper au piège «qualité–exclusion» dans les indications géographiques: réflexions sur le cas du poivre de Penja. *Cahiers Agricultures*, 25(5).
- Belletti G., Canada-Sanz J., Marescotti A., Vakoufari H. (2015), Linking protection of Geographical Indications to the environment: Evidence from the European Union olive-oil sector, *Land Use Policy*, 48, 94-106.
- Galtier F., Belletti G., Marescotti A. (2013). Factors constraining building effective and fair geographical indications for coffee: Insights from a dominican case study. *DEVELOPMENT POLICY REVIEW*, vol. 31, p. 597-615
- CIRAD-SAR, 1996, « Systèmes agroalimentaires localisés : organisations, innovations et développement local », orientations et perspectives issues de la consultation du CIRAD « Stratégies de recherche dans le domaine de la socio-économie de l'alimentation et des industries agroalimentaires », CIRAD-SAR, 121p.
- Marescotti A., Belletti G. (2016), Differentiation strategies in coffee global value chains through reference to territorial origin in Latin American countries, *Culture and History*, 5(1)
- Quiñones-Ruiz X.F., Penker M., Belletti G., Marescotti A., Scaramuzzi S. (2017), Why early collective action pays off: evidence from setting Protected Geographical Indications, *Renewable Agriculture and Food Systems*, 32(2), pp 179-192
- Quiñones-Ruiz X.F., Penker M., Belletti G., Marescotti A., Scaramuzzi S., Barzini E., Pircher M., Leitgeb F., Samper-Gartner L.F. (2016), Insights into the black box of collective efforts for the registration of Geographical Indications, *Land Use Policy*, 57, 103-116
- Samuelson, P. A. (1954). The pure theory of public expenditure. *The Review of Economics and Statistics*, 387–389.
- Vandecastelaere E., Arfini F., Belletti G., Marescotti A. (eds.) (2010), *Linking people, places and products: A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications*, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) and SINERGI, Rome.



Giovanni Belletti

Dipartimento di Scienze per l'economia e l'impresa - Università di Firenze

giovanni.belletti@unifi.it

