

FORTALECER EL SISTEMA ALIMENTARIO SOSTENIBLE A TRAVÉS DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS.

UN ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS ECONÓMICOS

RESUMEN EJECUTIVO

¿DE QUE TRATA ESTE ESTUDIO?

Las Indicaciones Geográficas (IGs) se refieren a productos con características específicas, cualidades o reputaciones como resultado de sus orígenes geográficos. Esto diferencia los productos basados sobre sus componentes locales únicos, historia o características distintivas, vinculados a factores naturales y humanos, tales como la tierra, clima, el conocimiento local y las tradiciones. Las IGs son reconocidas como derechos de propiedad intelectual (DPI), por lo cual ofrecen tanto una herramienta de marketing como de protección al nombre.

Siguiendo la metodología de la FAO del ciclo virtuoso de la unión origen-calidad, las IGs se pueden usar para apoyar el desarrollo sostenible y los sistemas de alimentos sostenibles. Si acometen su potencial para promover el desarrollo económico y la seguridad alimentaria, pueden a su vez ofrecer un acercamiento territorial prometedor para lograr los objetivos del desarrollo sostenible (ODS). Bajo este prisma, asegurar una viabilidad económica es un factor clave, pero la evidencia empírica de los beneficios de las IGs es escasa, especialmente en países donde los procedimientos IG son recientes.

Este estudio intenta demostrar evidencia empírica sobre los impactos económicos que se generan a través del proceso IG, empezando con el reconocimiento oficial de un IG y los pasos que se siguen. Se centra en el sector alimentario y revisa nueve casos, ofreciendo una variedad de contextos nacionales y cadenas de valor local. El acercamiento considera procesos IG operacionales: aquellos por el cual el código de conducta (o especificaciones) es definido y el IG es empleado y dirigido por una organización colectiva. Los casos son: café colombiano, te Darjeeling (India), repollo Futog (Serbia), café Kona (Estados Unidos), queso manchego (España), pimienta Penja (Camerun), azafrán Taliouine (Marruecos), queso Tête de Moine (Suiza), y vino Vale dos Vinhedos (Brasil). Un metódico y específico marco de trabajo, (detallado en el anexo), ha sido desarrollado, basado sobre un análisis cualitativo y cuantitativo de cada caso, gracias al trabajo en campo, llevados a cabo por Masters y estudiantes PhD, para identificar los impactos económicos del proceso IG y definiendo los mecanismos involucrados.

EVIDENCIA SOBRE LOS IMPACTOS ECONOMICOS DE LAS IGs

Mayores impactos de IGs en el precio del producto final

Este estudio confirma un significativo efecto positivo de las IGs sobre el precio, al margen del tipo de producto, el origen de la región, e incluso si la IG lleva tiempo establecido o es de registro reciente. Cierto es que el registro de IGs aumenta sustancialmente el precio del producto final en los nueve casos estudiados. El plus o valor añadido varía considerablemente dependiendo del caso-y también, por un solo producto, en función al mercado. Oscila del 4% (queso Tete de Moine en el mercado doméstico, aunque es un 57% en el mercado exterior) a más del 120% (pimienta Penja), e incluso más en el caso del azafrán Taliouine para los productores que se unen a una cooperativa (500%). En gran parte de los casos, el plus/premio es entre el 20 y 50%.

Este análisis demuestra que existen varios mecanismos sosteniendo el efecto positivo del proceso IG en el precio:

- La habilidad de las IGs en reducir información asimétrica entre productores y consumidores al facilitar información sobre su origen, consecuentemente da pie al consumidor a pagar un precio más alto;
- Habilitar a los productores, a través de su organización colectiva, a poder alterar la organización del mercado e intervenir en la determinación del precio, tanto por controlar el suministro (creando más demanda y precio al alza), o por medio de un acuerdo con los clientes de la cadena de valor para que paguen un precio mínimo a los productores, como así ocurre con el café colombiano, pimiento Penja y los dos quesos.

MEJOR DISTRIBUCION A PRODUCTORES PRIMARIOS

El impacto positivo de las IGs en valores de redistribución a los segmentos anteriores se observa en los dos productos procesados (quesos manchegos y Tete de Moines) y en el café colombiano. En este último caso, la participación del precio anunciado a los productores por la Federación Nacional Cafetera se incrementó un 25% con el registro de la indicación geográfica protegida (IGP). El registro de los dos quesos tiene un efecto sobre el precio de la leche a pagar a los criadores: la leche comprada para el manchego conlleva un 5,5% de valor añadido comparado con leche no-IG, en contraste y contexto con una caída generalizada del precio de la leche, el detrimento es menor en la leche del Tete de Moine que para el producto sustituto. Se precisan más análisis sistemáticos para confirmar este resultado positivo en otros casos y supuestos para que se generalicen.

INFLUENCIA POSITIVA EN LA PRODUCCION, ESPECIALMENTE A LARGO PLAZO

En todos los casos estudiados, excepto para el té Darjeeling, el proceso IG afecta a la producción, aunque los efectos son distintos en el corto y largo plazo. Las IGs “maduros”, donde los impactos a largo plazo son visibles, demuestran que promover una IG aumenta la producción con el tiempo. Queda muy evidente en el café Kona, donde se ve un incremento del 250% entre 1995 y 2015, y 36% de más productores entre 1991 y 2012; el queso manchego con un 83% de más volumen entre 2001 y 2013; así como el queso Tete de Moine con un 300% entre 1986 y 2014.

A corto plazo (justo después del registro), las IGs, no obstante pueden provocar un detrimento inicial como resultado de especificaciones que directamente afecta su producción (ejemplo: por los requisitos más restrictivos o delimitaciones de la zona de producción). Este es el caso del vino Vale dos Vinhedos, con una reducción del 78% en su producción entre 2012 y 2014, al seguir la denominación de origen protegida (DOP), registro que ha modificado algunas prácticas. Tal caída de producción puede ser atribuida a ciertos productores que utilizan la marca IG como resultado de su protección. Esto también ocurre con el repollo Futog, donde la cantidad producida bajo la IG cae un 76% entre 2010 y 2014 tan pronto el uso de la marca se hace específico y regulado. No obstante, en algunos casos la IG puede dar lugar en un aumento en la producción, como ocurre con el pimiento Penja (+328% entre 2010 y 2015) como consecuencia de especificaciones que permite una productividad mayor.

MEJOR ACCESO AL MERCADO

Un mayor acceso en el mercado se observa en cinco casos (té Darjeeling, café Kona, quesos manchego - Tete de Moine y azafrán Taliouine), con efectos positivos tanto en cantidad de destinos (muy extensos) y el valor exportado (muy intensivo). De tal modo, la cantidad de

destinos del té Darjeeling sube de 35 países en 2004 a 45 países en 2015. Los impactos de la IG en el queso manchego se explica por su aumento en su "Export market share" del 50% en 2001 al 55% en 2013, con acceso y entrada a tales nuevos mercados con USA y Alemania. En otros casos, la IG permite consolidar su posición del producto sobre mercados existentes (mercados de origen pimenteros en el caso del pimiento Penja)

AVERIGUACIONES PRELIMINARES INTERESANTES SOBRE LA RESILIENCIA ECONOMICA Y CAPACIDAD DE RECUPERACION

Lo averiguado inicialmente con respecto a resiliencia, observado en 6 casos donde existen datos, revela que las IGs pueden ser herramientas útiles en crear dichas cadenas de valor, especialmente por incentivar la diversificación de mercados. Otra manera de que las IGs puedan promover mayor resiliencia es por medio de la mercantilización, que permitan a los productos evitar los efectos volátiles de precios en mercados de materia prima, como ocurre y se ve con el café Kona, enfocado a mercados nicho, pimiento Penja, donde los productores primarios están protegidos de la volatilidad de los precios gracias al precio mínimo negociado entre compradores de la cadena de valor dentro de la asociación IG. En el caso del queso Tete de Moine demuestra la habilidad de la IG de soportar el efecto de un shock, ya que el precio de su leche fue menos afectado que otras leches con la caída de precio después de la liberalización del mercado en Suiza en 2001.

AVERIGUACIONES PRELIMINARES INTERESANTES SOBRE LA EXTERNALIZACION DEL TERRITORIO

Por medio del efecto domino, las IGs pueden tener impactos muy positivos en otros sectores de la economía. Varios casos de externalización del proceso IG pueden ser vistos, como son:

- Aumento en el precio de un producto sustituto, como se ha observado en el repollo Futog, donde el precio del producto sustituto Bravo se incrementa significativamente con el registro IG (desde RSD 8,62 a RSD 11,83 de media por kilo); igualmente, todos los vinos producidos en el valle donde se produce el vino Vale dos Vinhedos se benefician por la reputación del nombre.
- Difusión de prácticas innovadoras a productores no-IG, como se ha visto en los casos del pimiento Penja y el vino Vale dos Vinhedos, donde el proceso IG permite desarrollar la industria a productores no-IG. A modo de ejemplo, la cantidad de productores del área del pimiento Penja se incrementa un 728%, así como en distritos cercanos (746% en Boubá, 800% en Loum Gare, etc.). Se ha de tener en cuenta en este último caso, el alza en el precio del pimiento en los mercados domésticos e internacionales como causante del aumento.
- La habilidad del proceso IG para ser pionero para el desarrollo de otros IGs, tal es el caso de Colombia, donde muchos otros procesos IG se han iniciado desde el registro del café IG en 2004. Como resultado de esto, hay actualmente 23 productos IG, 11 de los cuales no son de agricultura; un fenómeno similar ocurre después del registro del vino Vale dos Vinhedos en Brazil.

FACTORES CLAVE PARA EL ÉXITO

Calidad específica de diferenciación y añadir valor

Las calidades específicas que el origen aporta, claramente emergen como un camino hacia impactos económicos positivos. Esta correlación entre la calidad definida e impactos económicos se basan en varios mecanismos:

- La relación entre su calidad exclusiva y el deseo de precio a pagar por el consumidor: el efecto positivo de los IGs en el precio es en parte debido al efecto calidad, permitiendo al consumidor la ventaja comparativa de la compra del producto. La calidad por lo tanto ha de ser específica, exclusiva o mayor; en otras palabras, no poder ser sustituida. Queda ilustrado en el caso del repollo Futog, donde su característica organoléptica (sabor, ternura) son distintas a su sustituto equivalente.
- Innovaciones exaltando su competitividad: las especificaciones con frecuencia introducen prácticas innovadoras que confieren una ventaja. Dos categorías innovadoras se observan: tanto (1) satisfacer las necesidades del mercado o demanda del consumidor como ocurre con el queso Tete de Moine (al introducir un instrumento de corte especial, que crea formas de rosa en el corte), o (2) modificar algunas prácticas incrementando la productividad, como en el caso del pimiento Penja donde adopta unas técnicas más modernas de producción.
- Reconocimiento del rol que tienen los productores en las especificaciones: redistribución inicial de valor añadido por no ser algo automático, (a modo de ejemplo, el repollo Futog tiene un monopolio en su nivel de proceso, con valor añadido incluido). Las especificaciones/normas son una herramienta crucial para asegurarse un efecto retorno para granjeros y productores al señalar sus roles suministrando sus recursos naturales y humanos, teniendo voz al negociar los precios y en dirigir la IG.
- Descripción detallada de las prácticas de producción más allá de las características del producto final, para asegurar que la calidad específica se mantiene al largo plazo.

Por último, la forma en que se determina la calidad en el código de conducta depende en la clase del producto y la estrategia del productor. Una estrategia defensiva de inicio defiende una buena reputación existente contra una competencia injusta, y sus detalles reiterará la práctica en vigor. Esto difiere de una estrategia ofensiva, que busca establecer la reputación del producto IG de forma más sólida, y los detalles pueden ser más innovadores adaptando la producción a la demanda del mercado.

ACCION COLECTIVA ORGANIZADA

La naturaleza colectiva del proceso IG refuerza su acción en todo su ámbito al unir diferentes mayoristas, como se ha visto en todos los casos.

Una organización de IG que funcione bien puede jugar un papel destacado en el éxito del proceso IG al asegurar una cadena de valor y coordinación del dominio, y por lo tanto, impulsar el poder de negociación (aunque no siempre sea el caso), al permitir la economía de escala en el suministro de servicios y bienes (en producción, promoción y certificación), aumentando su transparencia en el mercado. Los pimientos Penja, con su asociación interprofesional, es un ejemplo interesante de la capacidad de participantes privados en sus distintas fases en la cadena de valor para acordar un precio mínimo para los productores, siendo de vital importancia para los productores minoristas. Por otro lado, los productores del café Kona, carecen de acuerdos en las reglas para usar la IG – lo cual pone en riesgo la reputación a largo plazo.

Otro aspecto importante a considerar es el tiempo necesario de las entidades en construir capacidades y confianza, que conlleve a una combinación local de cooperación y competitividad. Casos antiguos en Europa, como el Manchego y Tete de Moine, nos ilustra su capacidad de gestión estructural adecuando las necesidades del mercado y ajustando la estrategia a las necesidades de producción; mientras que otros procesos IG recientes, tal como el azafrán Taliouine, que pudieran estar soportados por fondos diversos, precisan obtener confianza entre entidades.

ESTRATEGIAS EFECTIVAS DE MARKETING

Se han identificado tres estrategias principales como factores de éxito de estos casos.

- Primero, creación de marca IG: muchos casos nos enseñan que la capacidad de llegar a acuerdos con las partes de canalización es un elemento esencial para conseguir impactos económicos. Así es el caso con el café colombiano, la marca refuerza la visibilidad del producto IG y promueve el uso correcto del nombre registrado en el punto de venta.
- Segundo, enfocarse a mercados nicho; nuestros casos también demuestran que la estrategia de marketing se conduce por el modo de la IG empleada (ofensivo o defensivo) y los canales de venta (nicho o masa). Se ven los mejores impactos económicos cuando la organización IG adopta una estrategia en dirigir el volumen de suministro, casos europeos, cuyos precios no son bajistas cuando se incrementan los volúmenes, con la producción excediendo la demanda.
- Tercero, accediendo a nuevos mercados en momentos de cambio; desarrollando o conquistando nuevos (nicho) mercados de exportación que ayuda y evita los efectos de un nivel de crisis nacional. Así ocurrió con el queso Manchego, salvándose de una crisis doméstica al expandirse sus exportaciones a USA.

BUEN SISTEMA LEGAL E INSTITUCIONAL

Gracias a la aplicación de disposiciones legales inherentes, los procesos IG mejoran la eficiencia de mercado al limitar la competencia desleal e injusta y al reducir información asimétrica a los consumidores por medio de logos oficiales y campañas públicas. Así ocurre en países donde el marco legal e institucional para las IGs se ha establecido en el curso del tiempo, permitiendo a las entidades operar colectivamente, que a su vez les permite trabajar adecuadamente. Se observa esta situación en los ejemplos/casos europeos y también con el café colombiano, té Darjeeling y repollo Futog. En lugares donde este marco es más reciente, la dificultad primordial surge cuando hay que certificar la IG, ya que el marco legal para tal certificación no siempre está definido en su legislación, como ocurre con el pimiento Penja y el vino Vale dos Vinhedos. Otra función estatal y pública importante es el aprovisionamiento y soporte al desarrollo IG para mejorar su contribución favorable a externalidades.

Las autoridades estatales siempre juegan un papel importante en ciertos niveles del desarrollo de la IG en forma de apoyo según su contexto, por inercia promueve los productos e incentivando las organizaciones a los cuales pertenecen.

Se identifican tres situaciones en las que la fuerte participación de las autoridades públicas es un factor clave.

Primero, apoyo para el desarrollo o promoción de la IG por parte de autoridades locales y / o nacionales con la provisión de algunos incentivos, como ocurre con el pimiento de Penja, el queso Tête de Moine y el vino Vale dos Vinhedos. Segundo, una fuerte coordinación público-privada en gestión directa de la IG, como es el caso del café colombiano debido a la estrecha relación entre Fedecafé y el gobierno nacional. Esto también se ve con el queso Manchego, donde las autoridades públicas son miembros de la organización IG.

En tercer lugar, la participación directa de los actores públicos en la toma de decisiones del proceso IG se ve en el ejemplo del té Darjeeling a través de National Tea Board, que administra la IG.

TRADE-OFFS (compensaciones/trueque/desventajas)

Los supuestos también identifican algunos “trade-offs” que han de tenerse en cuenta para la toma de decisiones apropiadas con respecto a estrategias y procesos IG.

Exclusividad contra inclusividad

La exclusión está en el centro de cualquier estrategia diferenciadora, con la necesidad de distinguir entre lo que se lleva y no se lleva, sin ser una excepción las especificaciones de las IGs. No obstante, dentro de la zona productiva de la IG, al tratar con los productores interesados en dichos procesos, puede surgir desventajas entre su inclusión y el éxito económico ligado al llamado “estrategia de calidad exclusiva”. Productores a pequeña escala o tradicionales (que a menudo crean la imagen de las IGs) pueden quedar excluidos al no cumplir las especificaciones marcadas, (por ejemplo, cuando las prácticas tradicionales son opuestas a los más industrializados) o debido a un nivel de calidad básica inferior al nivel esperado de un "producto de calidad" (por ejemplo, en términos de inocuidad o envasado de alimentos).

Hay que definir los elementos esenciales de lo típico, reconociéndose los usos y costumbres locales perduradas durante generaciones, muy frecuente en los productores pequeños y/o tradicionales.

A pesar de ello, las necesidades del mercado y los requisitos de seguridad e higiene de los alimentos puede hacer necesario un periodo de transición con ayuda técnica para mejorar las prácticas y cumplir los requisitos para evitar que queden excluidos.

Enfoque ascendente contra el soporte público o asistencia técnica

Puede ser necesario lograr un equilibrio entre la implementación de un proceso IG dentro de tiempo límite de un proyecto y dejar a las entidades liderar el proceso; y así se afirma cuando tales entidades carecen de capacidades. En aquellos países donde las IGs son recientes, los productores no están familiarizados con los conceptos y quizás no tengan la capacidad y recursos para llevar a cabo y decidir tal proceso. En el supuesto del azafrán Taliouine, las autoridades públicas y asistencia técnica compensan la falta de conocimiento inicial y capacidad de los pequeños productores. Siempre que las autoridades den un fuerte apoyo, es crucial iniciar una estrategia de éxito al crear las habilidades y capacidades de los productores que resulten en el medio y largo plazo una garantía de poder en el proceso IG.

Economía contra impactos medioambientales hacia un sistema alimentario sostenible

Las IGs son motivadoras para la transformación rural, conllevando un mejor desarrollo sostenible, primero porque la sostenibilidad económica es un paso importante hacia una sostenibilidad social y ambiental, y segundo porque las especificaciones pueden influenciar en el medio ambiental en función de los requisitos considerados (especies locales y raza, formas de

cosechar, etc.). Sin embargo, las especificaciones también pueden carecer de requisitos con respecto a la protección de los recursos naturales, y el desarrollo económico descontrolado puede conducir a la sobreexplotación de los recursos naturales involucrados en la producción. Es importante realizar evaluaciones periódicas de los impactos económicos, sociales y ambientales del proceso de IG (FAO, 2009). Esto es particularmente cierto para casos similares al pimiento Penja (donde existe el riesgo de uso excesivo de pesticidas por la intensificación de la producción y el aumento del número de productores), el café Kona (uso excesivo de pesticidas) y el té Darjeeling (prácticas de plantaciones intensivas).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El estudio confirma la existencia de impactos económicos positivos en los nueve procesos IG analizados. Se recuerda que los casos/supuestos se han seleccionados como procesos IG operacionales; dicho de otra forma, las IGs cumplen la definición legal de una IG (un código de conducta o especificaciones están definidas y el IG es empleado y dirigido por una organización colectiva) con buenas prácticas de uso. La evidencia mostrada confirma la hipótesis de que cuando las condiciones básicas del registro IG se cumplen, ocurren impactos económicos. Las limitaciones del estudio han de tenerse en cuenta: el tamaño de la muestra, la falta de datos cualitativos en algunos casos, y la naturaleza reciente de muchos de los ejemplos. A pesar de ello, el estudio facilita averiguaciones preliminares importantes por desarrollar en futuros estudios.

Las IGs facilitan un terreno prometedor a la sostenibilidad gracias al vínculo con el origen y su capacidad de reproducción de recursos locales (FAO 2010) al proteger su territorio, activos naturales y culturales, destacando la reputación del producto. No obstante, su desarrollo económico, preservación ambiental y bienestar social pueden a veces ser percibidos por los productores como contradictorio. La clave es pensar en su desarrollo sostenible como un enfoque estratégico encaminado hacia su propio futuro por medio de dos factores importantes:

- Reproducción de recursos locales: la sobreexplotación de recursos humanos y naturales dañará por sí mismo el sistema IG y su viabilidad a largo plazo;
- La sostenibilidad es cada vez más importante para acceder al mercado y exigida por los consumidores, mientras que los impactos negativos a estas causas puede mermar la imagen de un producto IG o sus categorías.

El análisis de las entidades clave y lecciones aprendidas de los supuestos permite recomendar a las partes interesadas dentro de la cadena de valor, autoridades públicas y emprendedores, con el fin de hacerles ver la importancia económica y mantener una mayor sostenibilidad.

Recomendaciones para los socios/inversores en la cadena de valor comprometidos en el proceso IG – productores, procesadores y minoristas:

- Ser prudente al crear el contenido de las especificaciones o códigos de prácticas, relativo a la calidad específica, para asegurar equidad y eficacia, por medio de diferenciaciones (exaltar valor añadido) y poder de negociación en los canales (justa redistribución);
- Considerar tiempos a medio plazo, en vez de procesos a corto plazo, dando confianza entre los participantes, con un enfoque de colaboración en su amplio contexto.
- Enfocarse hacia los mercados nicho y crear controles y mecanismos del suministro para mitigar la volatilidad de precios añadiendo más valor.
- De ser relevante, al inicio del proceso, llegar a acuerdos entre los canales y segmentos de distribución en toda la cadena de valor.

- Prestar la debida atención a las normas establecidas como una herramienta esencial (sus contenidos y acuerdos), asegurando el cumplimiento de los recursos, la igualdad y su influencia social y ambiental.
- Mantener un asesoramiento regular en los impactos y ajustes.

Recomendaciones a las autoridades:

- Considerar tanto las políticas de protección como de promoción dentro de un marco adecuado.
- Hay que destacar la dimensión de calidad de los IGs con logos oficiales.
- Proteger el marco legal y su aplicación como apropiados para pequeños productores minoritarios.
- Otorgar poder de decisión a los productores, en especial a los de menor tamaño.
- Facilitar cambios en las especificaciones de IGs registrados.
- Considerar nuevas normas de certificación adaptables a situaciones locales, con la posibilidad de dar cabida a una variedad de sistemas: auto certificación, segundas y terceras partes en las formas de certificar, e incluso sistemas de garantía participativa.
- Apoyar el uso del desarrollo y fomento IG para hacer imperar sistemas alimentarios sostenibles, y cadenas de valor añadido integrando aspecto socio económicos en la política IG.

Recomendaciones a los interlocutores (incluso los analistas en estudios y desarrollos) y donantes:

- Hacer ver los impactos de IGs como factor clave del éxito empleándolos como caminos hacia su desarrollo sostenible local, facilitando asistencia técnica e inversión en este campo.
- Facilitar el establecimiento de una estructura de gobierno procurando organizaciones de corte horizontal y vertical, así como la cooperación entre las partes interesadas (ver el manual de preparación FAO 2017).
- Dar cabida y compromiso al proceso IG de cada interesado en la cadena de suministro y dar apertura a más participantes (procesadores, minoristas y productores) a los consumidores y otras partes envueltas en la cadena de suministro (autoridades locales, ONGs).
- Promover sistemas de información que den transparencia en las especificaciones, precios y volúmenes.
- Apoyar la investigación como evidencia y unión entre el sistema IG y desarrollo sostenible, con sus claves y factores de éxito.
- Resaltar las capacidades de las partes interesadas en la cadena de suministro IG para mejorar su proyecto colectivo y a su vez el proceso de sostenibilidad.