



Ministerio de
Agricultura, Ganadería y Pesca
Presidencia de la Nación



PROCAL
PROGRAMA DE GESTIÓN DE CALIDAD
Y DIFERENCIACIÓN DE ALIMENTOS

Segundo Taller Nacional: ARGENTINA
INDICACIONES GEOGRAFICAS y
DENOMINACIONES DE ORIGEN:
MARCO TEORICO
y HERRAMIENTAS PARA SU IMPLEMENTACION.

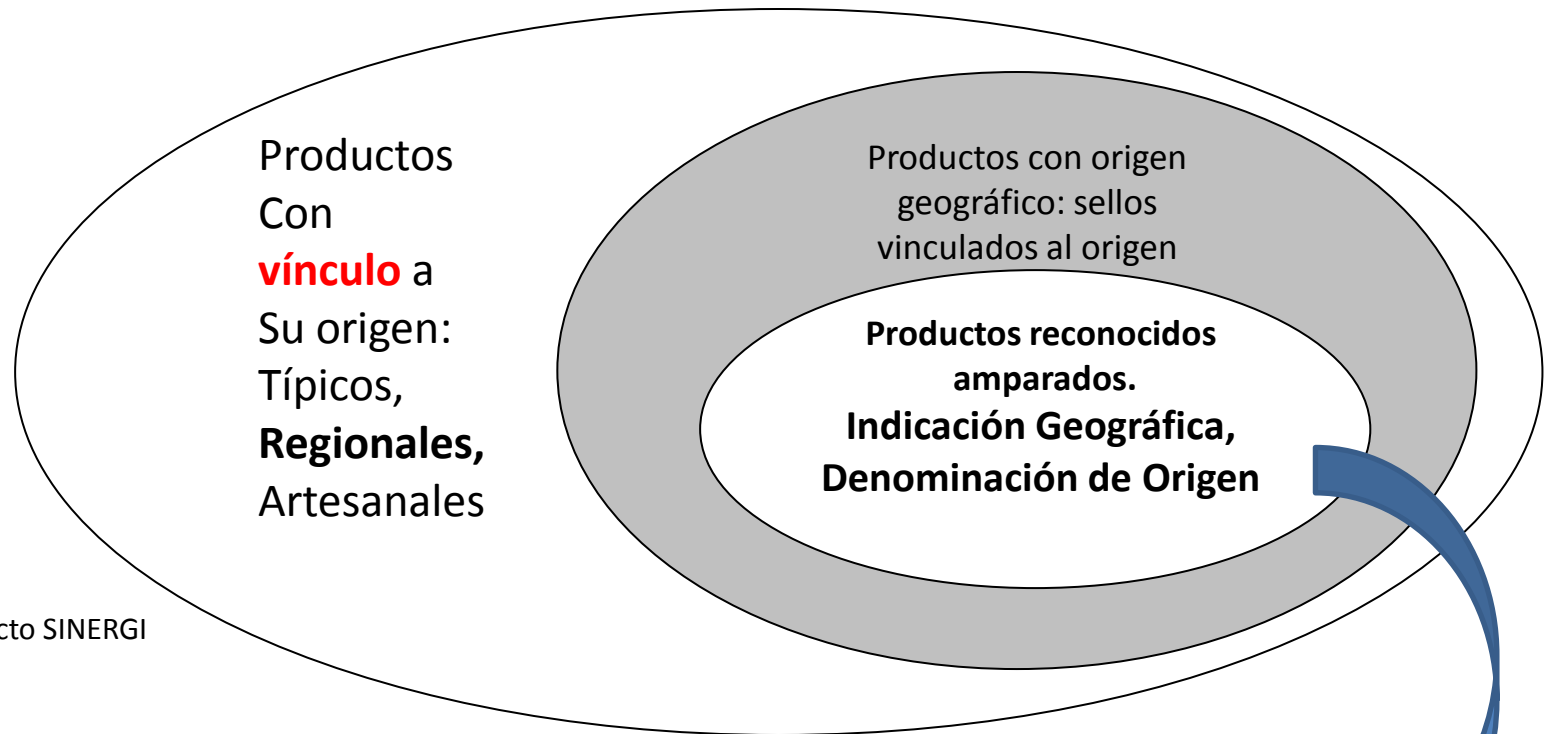
En el marco del Proyecto Regional :

“Calidad de los Alimentos vinculada al Origen y las Tradiciones” (FAO TCP/RLA/3211)

Miercoles 7 de setiembre: INTRODUCCION.

Elena Schiavone, Marcelo Champredonde,

Universo De Productos.



Fuente: proyecto SINERGI

IDENTIFICADOR, que tiene un **valor** (reputación, patrimonio, percepción del consumidor...) y merece **protección legal**

- herramienta de estrategia comercial
- herramienta de desarrollo territorial

Interacción entre las Personas, el el Territorio y el Producto



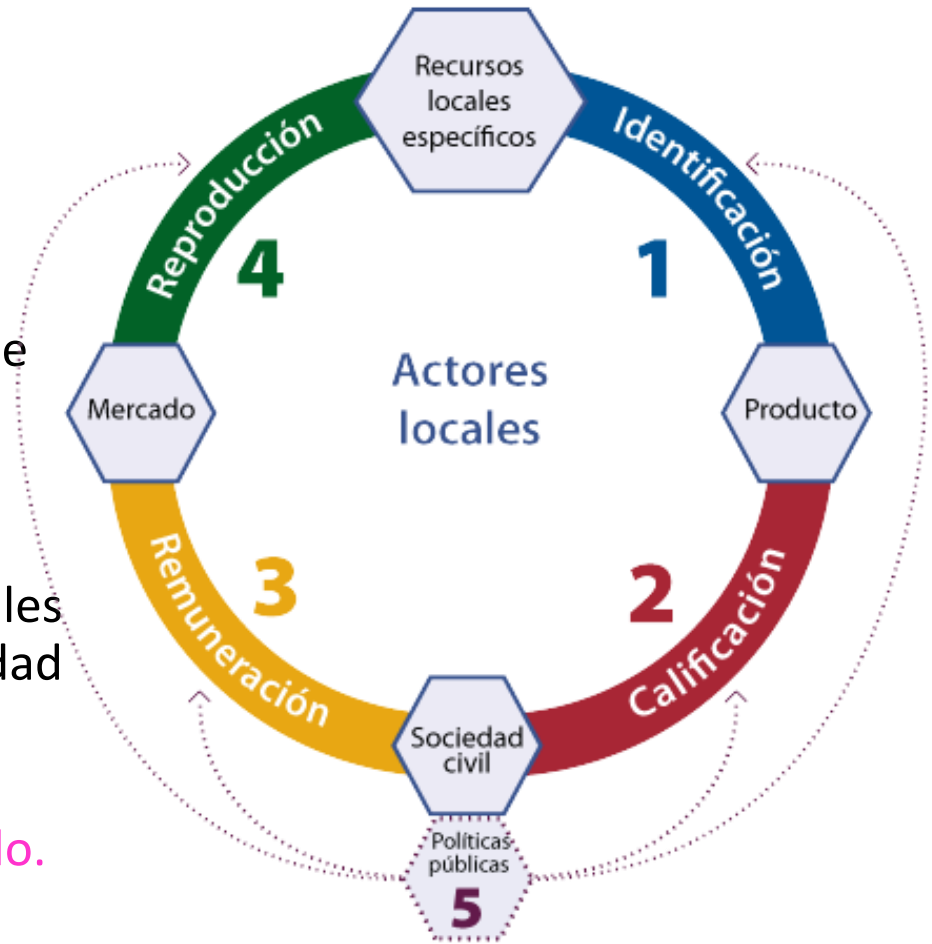
El círculo virtuoso de la calidad:

Proceso de creación de valor en el territorio

- El anclaje territorial de un producto, permite reflexionar sobre la posibilidad de implementar una estrategia de creación de valor (en sus varias acepciones, no siempre económica), y en muchos casos, iniciar el proceso de calificación.
- No siempre se podrá implementar!
- Pero siempre será útil, al menos comenzar con la investigación.
- El enfoque SIAL es una posible herramienta, que permitirá comprender el territorio y el SIAL, y analizar las acciones de intervención de políticas públicas; y las estrategias privadas de valorización.

El círculo de la calidad: Metodología para un proceso local de desarrollo sostenible

- **Identificación** percepción local y estimación de potencialidades.
- **Calificación** del producto: establecimiento de reglas para la creación de valor y preservación de los recursos locales.
- **Remuneración** del producto y comercialización.
- **Reproducción** de los recursos locales y fortalecimiento de la sostenibilidad del sistema
- **Marco legal y políticas de apoyo posibles, en los 3 niveles del Estado.**



I: Identificar el vínculo Producto - Territorio



Quienes intervienen?



II: Calificación:

¿Qué y para qué un protocolo ?

El pliego de condiciones / “protocolo” corresponde a reglas comunes y compartidas que los productores que usan el nombre – todavía un identificador geográfico- tienen que construir y conformar colectivamente ... **“COMO SE HACE”**

- **Definir claramente la identidad del producto vinculado al origen (definición compartida) y las prácticas que lo originan**
- **Guiar la tarea de los productores locales**
- **Coordinar el manejo del patrimonio colectivo**
- **Derecho al uso del logo, del nombre registrado.**
- **Proveer garantías al consumidor y reforzar su confianza**
- **Impedir prácticas de producción y comercialización no leales.**

III- “Remuneración”

La Asociación de Productores (“Consejo”) es CRUCIAL: Sostén de las reglas y control de cumplimiento, representatividad de cadena productiva, coordinación interna; Promoción y marketing, Servicios

Acciones de Marketing/ ventas:

- 1) **Conocimiento del mercado:** demandas y requerimientos de los consumidores.
- 2) **Targeting:** apuntar a segmentos: (x, ej urbanos, de nostalgia, gourmet, turísticos)
- 3) Explorar, Definir canales de distribución
- 4) **Promoción y comunicación,** que incluya logos, imagen de producto, y las garantías de calidad específica.

Factores de Exito:

- Tomar en cuenta los mercados de destino y sus requerimientos en la **FASE DE CALIFICACION**
- INVOLUCRAMIENTO DE TODOS LOS ACTORES DE LA CADENA PRODUCTIVA y accesorios en la estrategia.
- **Reducción de los costos,** derivada de la acción colectiva.

PRODUCTO

Calidad

Características (pliego de condiciones)

Opciones

Estilo

Nombre o marca

Envasado

Tamaño

Garantías (certificación)

Post venta

Mezcla de mercadeo

Mercado

DISTRIBUCIÓN

Canales de distribución
Tipos de puntos de venta

COMUNICACIÓN

Publicidad colectiva

Red de ventas

Promoción de ventas

Relaciones públicas

Comercialización directa

PRECIOS

Tarifas

Descuentos

Condiciones de pago

Etc

Las tareas resaltadas en amarillo se pueden delegar en la organización IG

IV: Reproducción

Factores de éxito:

Tomar en cuenta la sostenibilidad desde el principio, evaluarla en el tiempo y actualizar el Protocolo si fuera necesario

Económica : Incremento de las ventas? Mejoramiento de los ingresos? Impacto sobre la economía local?

Social Inclusión, autoestima de los productores, reconocimiento y preservación de las tradiciones y del saber-hacer, distr. equitativa del valor agregado, redes sociales ...

Medio Ambiental Manejo sostenible de los recursos naturales? Impacto sobre la biodiversidad? Riesgo de sobreexplotación de los recursos?

Niveles políticos e institucionales:

- Los esquemas de IG son COMPLEJOS:
Multisectoriales y multinivel
- Plantean grandes desafíos sobre capacidades de acción colectiva, de control, certificación y protección.
- Políticas y acciones de apoyo vs. Enfoque “de arriba hacia abajo”: se necesita un adecuado equilibrio entre el involucramiento público y el privado

Rol de los actores Públicos

- Pueden intervenir en las cuatro etapas del círculo virtuoso:
 - **Identificación:** facilitar inventarios de productos potenciales, estudios, análisis, proveer expertos que guíen el proceso, etc.,
 - **Calificación** proveer guías para elaborar el pliego de condiciones, tramites de registro, etc.; facilitadores, afectar profesionales de organismos técnicos, etc
 - **Remuneración:** asistir mediante programas de mejora de competitividad, apertura de mercados, campañas de información al consumidor sobre los atributos de productos con origen, etc.
 - **Reproducción** de los recursos locales:
 - apoyar estrategias de extensión territorial (turismo etc.,)
 - **Asegurar la remuneración de aspectos no económicos, como preservacion de biodiversidad, etc.**

Círculo virtuoso calidad-origen-desarrollo rural

El círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen



Parte de una integración

estrategia desarrollo:

Y qué más....??
Espacio de
detección y
soluciones.

AER INTA MEDIA AGUA:
Variedades, Mejora
Productividad: + de 15
años

Proyecto PROCAL II:
IG Melón de Media
Agua.

Agricultura Familiar:
Experiencia
Comercialización
Conjunta



Adquisición de dos
tractores e
implementos: \$400 mil.
Uso comunitario

Proyecto
PROSAP: Gestión
Area Bajo Riego Canal
Sarmiento: U\$S 25 M

Construcción de
galpón de empaque:
\$200 mil.

Tamañadora de
melón: U\$S 55
mil. CYP

DESCARTE DE PROYECTOS

Ensayos Ajo: AER INTA Calingasta, apoyo tecnico.

Proyecto Piloto PROCAL II: IG AJOS DEL VALLE DE CALINGASA.

DESARROLLO SOSTENIBLE COMUNIDADES. XSTRATA

PRODEAR: Plan de Negocios: ANR: tractor, plantadora, envases.



ANR PROSAP.

Subsidios a Productores MPyDE.

Nueva estrategia para el funcionamiento Galpón de EMPAQUE: transferencia al Municipio

Reparación Red de Riego. Mod 1 Schiavone

Beneficios potenciales de la Diferenciación



Posibles riesgos del proceso IG-DO para el Desarrollo Territorial

Exclusión productores al delimitar el área de la IG/DO o por no poder cumplir exigencias del Pliego de Condiciones

No generación de capacidades de los actores locales por procesos inducidos por actores externos

Desilusión por expectativas no satisfechas

Presión sobre recursos naturales del territorio por incremento en la demanda de productos y servicios

Sustitución de recursos específicos del territorio por otros

Herramienta compleja... y a la vez, un desafío

El reconocimiento/ registro de IG es o puede ser una herramienta poderosa para crear valor y distribuirlo en una región/ área/ país.

Los beneficios provienen de la diferenciación: una calidad específica, ligada al territorio (factores naturales y humanos) se trasmite al consumidor en el país y/o en otros países. Esta propuesta de venta está escrita en el Pliego de Condiciones y se garantiza mediante certificación.

El registro no garantiza una distribución equitativa del valor agregado al productor !. Esto depende de la calidad de la asociación que maneja la cadena (Consejos Reguladores.

La organización colectiva es un factor crucial del éxito de una IG.

Las IG tienen muchas veces el potencial de traer efectos sociales y ambientales positivos.

Pero la idea comercial y el proceso de creación de valor, no debe ser “cargada” con demasiados objetivos externos!!!: primero, la producción del Producto IG... debe ser rentable y atractiva.

Gracias!

